

ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΘΕΜΙΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ; ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΠΟΤΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΝΗΣΙΑ ΜΕ ΜΕΙΩΜΕΝΟ ΦΠΑ

Η ΕΔΕΟΠ Αθήνας θέτει ζήτημα στρέβλωσης του ανταγωνισμού λόγω της διαφοράς ΦΠΑ 17% έναντι 24% στο ηλεκτρονικό εμπόριο κρασιού και ποτών

Η ΕΔΕΟΠ Αθήνας έλαβε παράπονα από μέλη της που διατηρούν ηλεκτρονικό κατάστημα με λιανικές πωλήσεις, ότι κάποιοι έμποροι στα νησιά πωλούν τα προϊόντα τα οποία εμπορευόμαστε, δηλαδή κυρίως κρασιά και ποτά, με μειωμένο ΦΠΑ, δηλαδή 17%, ενώ οι κάβες της Αττικής χρεώνουν 24%.

Απευθυνόμενοι προς κάθε αρμόδιο, θέτουμε θέμα αθέμιτου ανταγωνισμού, γιατί ο νόμος εκδόθηκε όταν γενικότερα το εμπόριο μέσω διαδικτύου δεν είχε τα σημερινά αυξημένα ποσοστά επί των λιανικών πωλήσεων. Εκείνη την εποχή ο νομοθέτης δεν έλαβε υπόψη του ότι η συγκεκριμένη διάταξη του νόμου μπορεί να αλλοιώνει τον ανταγωνισμό σε εθνικό επίπεδο.

Παρακάτω παραθέτουμε τα επιχειρήματα που υπάρχουν και από τις δύο πλευρές:

Το ισχύον νομικό πλαίσιο

Η μείωση του ΦΠΑ στα νησιά δεν είναι νέο μέτρο, αλλά διατάξεις που ίσχυαν ήδη για τη Λέσβο, την Κω, τη Σάμο και τη Χίο επεκτάθηκαν από την 1η Ιανουαρίου 2026 και σε 24 ακόμη νησιά του Βορείου Αιγαίου, της Σαρμαθίας και των Δωδεκανήσων, εφόσον έχουν πληθυσμό έως 20.000 κατοίκους σύμφωνα με την τελευταία απογραφή της ΕΛΣΤΑΤ. Στη νέα λίστα περιλαμβάνονται μεταξύ

άλλων η Ικαρία, η Κάλυμνος, η Κάρπαθος, η Λέρος, η Πάτμος, η Σύμη και το Καστελόριζο. Η νομική βάση είναι το άρθρο 26 του Κώδικα ΦΠΑ, και η μείωση ανέρχεται σε 30% επί των κανονικών συντελεστών, δηλαδή ο συντελεστής 24% διαμορφώνεται σε 17%, ο 13% σε 9%, ο 6% σε 4% και ο 4% σε 3%. Από τη ρύθμιση εξαιρούνται τα καπνοβιομηχανικά προϊόντα και τα μεταφορικά μέσα, ενώ διευκρινίσεις για την εφαρμογή δόθηκαν με την εγκύκλιο Ε.2113 της 31ης Δεκεμβρίου 2025.

Επιχειρήματα υπέρ της ύπαρξης αθέμιτου ανταγωνισμού Δομικό μειονέκτημα στην τιμή

Μια κάβα στη Χίο μπορεί να πουλά online σε όλη την Ελλάδα με 17% ΦΠΑ, ενώ η αθηναϊκή κάβα για το ίδιο ακριβώς προϊόν χρεώνει 24%. Στην πράξη αυτό σημαίνει ότι για ένα προϊόν με τιμή προ ΦΠΑ 10 ευρώ, ο πελάτης στην Αττική πληρώνει 12,40 ευρώ ενώ ο πελάτης που παραγγέλλει από τη νησιωτική επιχείρηση πληρώνει



11,70 ευρώ, μια διαφορά που, πολλαπλασιαζόμενη σε εκατοντάδες παραγγελίες τον μήνα, μπορεί να είναι καθοριστική για την επιλογή του καταναλωτή. Το μειονέκτημα αυτό δεν διορθώνεται με καλύτερη τιμολόγηση, καλύτερη εξυπηρέτηση ή καλύτερο προϊόν, απλώς υπάρχει, ανεξάρτητα από την προσπάθεια της αθηναϊκής επιχείρησης.

Συνέχεια στη σελίδα 14

ΣΧΟΛΙΚΑ ΚΥΛΙΚΕΙΑ: ΤΕΛΟΣ ΤΑ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ ΜΕ ΖΑΧΑΡΗ ΑΠΟ ΤΗ ΝΕΑ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ

Νέα υγειονομική διάταξη του υπουργείου Υγείας αλλάζει άρδην όσα πουλούν τα κυλικεία από το 2026-2027, στο πλαίσιο της Εθνικής Δράσης κατά της Παιδικής Παχυσαρκίας. Οι αντιδράσεις κυλικειάρχων και γονέων, τα πρόστιμα και η νέα λίστα επιτρεπόμενων προϊόντων

Ριζική αλλαγή στα προϊόντα που διαθέτουν τα σχολικά κυλικεία φέρνει από τη νέα σχολική χρονιά υγειονομική διάταξη του υπουργείου Υγείας, στο πλαίσιο της Εθνικής Δράσης κατά της Παιδικής Παχυσαρκίας. Πρόκειται για πρωτοβουλία της αναπληρώτριας υπουργού Υγείας Ειρήνης Αγαπηδάκη, η οποία αντικαθιστά το πλαίσιο του 2013 και στοχεύει στην προαγωγή ορθών διατροφικών επιλογών μέσα από τα σχολεία. Η νέα διάταξη αφορά Δημοτικά, Γυμνάσια και Λύκεια και

τίθεται σε πλήρη εφαρμογή με την έναρξη της σχολικής χρονιάς 2026-2027.

Τι αφαιρείται από τα κυλικεία;

Από τα ράφια των σχολικών κυλικείων εξαφανίζονται οριστικά τα αλλαντικά κάθε είδους, τα αναψυκτικά με ζάχαρη, τα ενεργειακά ποτά και μια σειρά από σνακ υψηλής περιεκτικότητας σε αλάτι και κορεσμένα λιπαρά, όπως τα τηγανιτά πατατάκια και τα γαριδάκια. Στόχος είναι να αποκλειστούν από τη διατροφή των μαθητών

προϊόντα που θεωρούνται επιβαρυντικά για την υγεία τους και να αντικατασταθούν από επιλογές υψηλής διατροφικής αξίας.

Η νέα λίστα επιτρεπόμενων προϊόντων

Η υγειονομική διάταξη προβλέπει αναλυτική λίστα με έξι βασικές κατηγορίες προϊόντων που θα επιτρέπεται να πωλούνται στα κυλικεία. Πρώτη κατηγορία είναι τα φρέσκα

Συνέχεια στη σελίδα 16

ΟΥΡΑΓΟΣ
Η ΑΘΗΝΑ ΣΤΟΝ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ
ΧΑΡΤΗ
ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ
ΔΥΝΑΜΗΣ



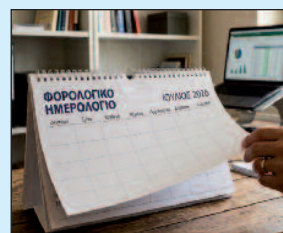
Στη σελίδα 4

«ΜΑΧΗ»
ΜΙΣΟΥ ΔΙΣ.
ΕΥΡΩ
ΜΕ ΑΙΧΜΗ
ΤΑ ΝΕΑ
ΠΡΟΪΟΝΤΑ



Στη σελίδα 10

ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟ
ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ
ΚΑΒΕΣ ΚΑΙ ΠΡΑΤΗΡΙΑ:
ΤΙ ΣΑΣ ΑΦΟΡΑ
ΤΟΝ ΙΟΥΛΙΟ ΚΑΙ
ΤΟΝ ΑΥΓΟΥΣΤΟ;



Στη σελίδα 14

ΑΑΔΕ: ΛΟΥΚΕΤΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΣΕ 28 ΚΑΦΕΝΕΙΑ, ΤΑΒΕΡΝΕΣ, ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ ΚΑΙ ΜΠΑΡ ΓΙΑ ΛΑΘΡΕΜΠΟΡΙΟ ΑΛΚΟΟΛ

Στη λίστα της ΑΑΔΕ περιλαμβάνονται επιχειρήσεις από όλη την Ελλάδα στις οποίες επιβλήθηκαν κυρώσεις και σφράγιση εγκαταστάσεων για παραβάσεις της τελωνειακής νομοθεσίας. Σε δημόσια ανάρτηση στοιχείων επιχειρήσεων και φυσικών προσώπων που διαπιστώθηκε ότι κατείχαν ή διέθεταν αλκοολούχα ποτά χωρίς τα προβλεπόμενα παραστατικά και χωρίς την τήρηση των τελωνειακών διατυπώσεων προχώρησε η Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Εσόδων, εφαρμόζοντας τις διατάξεις του Εθνικού Τελωνειακού Κώδικα. Η ενέργεια εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πλάνο εντατικοποίησης των ελέγχων στην αγορά αλκοολούχων ποτών, το οποίο η ΑΑΔΕ έχει αναβαθμίσει σημαντικά μέσα στο 2026.

Οι 28 υποθέσεις

Στη λίστα περιλαμβάνονται καφενεία, ουζερί, ταβέρνες, εστιατόρια, ζαχαροπλαστεία, καφέ και μπαρ από διάφορες περιοχές της χώρας, στα οποία οι έλεγχοι των τελωνειακών αρχών αποκάλυψαν ποσότητες αλκοολούχων ποτών που είτε δεν συνοδεύονταν από νόμιμα παραστατικά είτε δεν προέκυπτε η καταβολή των αναλογούντων φόρων και δασμών. Σε όλες τις περιπτώσεις επιβλήθηκαν μέτρα σφράγισης των εγκαταστάσεων για χρονικά διαστήματα από 10 έως και 30 ημέρες, ενώ δημοσιοποιήθηκαν τα στοιχεία των παραβατών.

Μεταξύ των επιχειρήσεων που βρέθηκαν αντιμέτωπες με τις κυρώσεις είναι καφενείο-ουζερί στην Ηγουμενίτσα, όπου εντοπίστηκαν πέντε λίτρα αποστάγματος χωρίς τα νόμιμα παραστατικά, ζαχαροπλαστείο στην Καβάλα με πέντε φιάλες ούσκι χωρίς τις απαιτούμενες τελωνειακές διαδικασίες, εστιατόριο στο Παλαιό Φάληρο με χύμα τσίπουρο χωρίς φορολογικά στοιχεία, καθώς και εστιατόρια και ταβέρνες σε Ρόδο, Κιλκίς, Σάμο, Θεσσαλονίκη, Κω και άλλες περιοχές της χώρας.

Οι μεγαλύτερες ποσότητες

Σε αρκετές περιπτώσεις οι παραβάσεις αφορούσαν μικρές ποσότητες αποσταγμάτων ή μεμονωμένες φιάλες αλκοολούχων ποτών, ενώ σε άλλες οι έλεγχοι αποκάλυψαν πολύ μεγαλύτερες ποσότητες. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση αποθήκης στη Φθιώτιδα όπου διαπιστώθηκε κατοχή 465 λίτρων προϊόντος απόσταξης που είχε παραχθεί χωρίς άδεια, καθώς και υπόθεση στην Κω με 460 λίτρα τσίπουρου χωρίς νόμιμα παραστατικά. Στη δημοσιοποιημένη λίστα περιλαμβάνονται επίσης επιχειρήσεις εστίασης στις οποίες βρέθηκαν χύμα τσίπουρο, ούζο, τσικουδιά, ρακόμελο, ούσκι, βότκα και άλλα αλκοολούχα ποτά χωρίς να αποδεικνύεται η νόμιμη προέλευσή τους ή η καταβολή των αντίστοιχων φορολογικών επιβαρύνσεων. Σε ορισμένες περιπτώσεις οι αρχές κατέγραψαν και παραβάσεις που σχετίζονται με παραγωγή αποσταγμάτων χωρίς άδεια λειτουργίας άμβυκα.

Το νομικό πλαίσιο

Οι παραβάσεις χαρακτηρίστηκαν ως λαθρεμπορία αλκοολούχων προϊόντων σύμφωνα με τις διατάξεις του ν. 5222/2025 και συνοδεύτηκαν από διοικητικές κυρώσεις, πρόστιμα, σφράγιση εγκαταστάσεων και δημοσιοποίηση των στοιχείων των παραβατών. Η ΑΑΔΕ επισημαίνει ότι η δημοσιοποίηση πραγματοποιείται στο πλαίσιο των προβλέψεων του νόμου για την αντιμετώπιση της παράνομης διακίνησης αλκοολούχων ποτών και την προστασία των δημοσίων εσόδων.

Γιατί εντείνονται οι έλεγχοι

Η υπόθεση των 28 επιχειρήσεων δεν είναι μεμονωμένη, αλλά μέρος μιας ευρύτερης στρατηγικής της ΑΑΔΕ για την αγορά αλκοολούχων ποτών, όπου η φοροδιαφυγή αγγίζει σημαντικά μεγέθη. Ο Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης στα αλκοολούχα απέδωσε στο Δημόσιο 717 εκατ. ευρώ το 2025, ποσό οριακά χαμηλότερο τόσο από το 2024 όσο και από τον αρχικό στόχο, γεγονός που αναδεικνύει πόσο ευαίσθητη είναι η κατηγορία σε διαρροές προς την παράνομη αγορά.



Στην ετήσια έκθεση της Ελληνικής Αστυνομίας για το 2024 καταγράφονται μάλιστα τέσσερις οργανωμένες εγκληματικές ομάδες με δραστηριότητα στο λαθρεμπόριο αλκοολούχων. Πέρα από το δημοσιονομικό σκέλος, οι αρχές τονίζουν και τον κίνδυνο για τη δημόσια υγεία από τα λεγόμενα ποτά «μπόμπες»: χύμα αλκοόλη που διακινείται εκτός κάθε φορολογικού και ποιοτικού ελέγχου, φιάλες γνωστών ετικετών που «ανακυκλώνονται» με άγνωστο περιεχόμενο, ή αποστάγματα που παράγονται χωρίς άδεια λειτουργίας άμβυκα όπως καταγράφηκε και σε ορισμένες από τις 28 υποθέσεις. Μόνο μέσα στο 2025 η ΑΑΔΕ πραγματοποίησε πάνω από 13.600 κατασταλτικούς ελέγχους μέσω των κινητών ομάδων της Γενικής Διεύθυνσης Τελωνείων και ΕΦΚ, εκ των οποίων περίπου 6.790 αφορούσαν προϊόντα υποκείμενα σε Ειδικό Φόρο Κατανάλωσης (καπνικά και αλκοολούχα).

Παράλληλα, έχει τεθεί σε λειτουργία το Ηλεκτρονικό Μητρώο Επιτηδευματιών Αλκοολούχων Ποτών και το σύστημα ηλεκτρονικής ταυτοποίησης «Loitfy», ενώ με απόφαση του Δεκεμβρίου 2025 (Α.1185) αναβαθμίστηκε περαιτέρω το πλαίσιο ικνηλασιμότητας των αλκοολούχων ποτών, με στόχο μεγαλύτερη ορατότητα σε κάθε στάδιο της διακίνησής τους από την παραγωγή μέχρι το ράφι ή το ποτήρι του καταναλωτή. Για τους νόμιμα λειτουργούντες πρατηριούχους και κάβες, η εξέλιξη αυτή έχει διπλή σημασία: αφενός σηματοδοτεί εντονότερους ελέγχους και αυστηρότερες κυρώσεις σε περίπτωση παρατυπίας, αφετέρου αποτελεί εργαλείο προστασίας της νόμιμης αγοράς από τον αθέμιτο ανταγωνισμό που δημιουργεί το χύμα ή αδήλωτο εμπόρευμα.

ΣΦΡΑΓΙΣΤΗΚΑΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΕ ΡΟΔΟ, ΚΩ, ΣΥΜΗ, ΛΕΡΟ, ΠΑΤΜΟ ΚΑΙ ΚΑΡΠΑΘΟ ΓΙΑ ΛΑΘΡΑΙΑ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ

Σειρά ελέγχων σε εστιατόρια, ταβέρνες, παντοπωλεία και καφέ ανέδειξε παράτυπη κατοχή και διάθεση αλκοολούχων ποτών χωρίς τα απαιτούμενα φορολογικά παραστατικά

Μια συνεχής και συστηματική παρουσία τελωνειακών ελέγχων στα Δωδεκάνησα έφερε στο φως σειρά παραβάσεων λαθρεμπορίας αλκοολούχων σε διάφορα νησιά του συμπλέγματος. Τα αποτελέσματα αναρτήθηκαν στη σχετική σελίδα δημοσιοποίησης παραβατών της Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Εσόδων. Οι περιπτώσεις αυτές εμπίπτουν στις διατάξεις του Εθνικού Τελωνειακού Κώδικα και επισύρουν εκτός από χρηματικά πρόστιμα και το μέτρο της σφράγισης των εγκαταστάσεων.

Ρόδος: πέντε επιχειρήσεις εστίασης στο στόχαστρο

Στη Ρόδο, το Τελωνείο διαπίστωσε παραβάσεις λαθρεμπορίας αλκοολούχων σε πέντε ξεχωριστές επιχειρήσεις σε διαφορετικές χρονικές περιόδους. Σε εστιατόριο στ' Αφάντου, επί ξένης υπηκοότητας εκμεταλλεύτριας, εντοπίστηκαν 2 λίτρα αλκοο-

λούχου ποτού (προϊόντος απόσταξης μικρού αποσταγματοποιού) με αλκοολικό τίτλο 35% vol, για τα οποία δεν προσκομίστηκαν στον έλεγχο παραστατικά προμήθειας και συνεπώς δεν αποδεικνυόταν η καταβολή των φορολογικών επιβαρύνσεων. Η απόφαση δημοσιοποίησης εκδόθηκε στις 30 Μαρτίου 2026 και προέβλεπε σφράγιση διάρκειας 10 ημερών, από 30 Μαρτίου 2026 έως 9 Απριλίου 2026.

Σε εστιατόριο στην Ακτή Μιαούλη της πόλης της Ρόδου, εταιρεία που εκμεταλλεύεται κατάστημα εστίασης βρέθηκε να κατέχει 2 φιάλες αλκοολούχου ποτού χωρητικότητας 1 λίτρου έκαστη με την ένδειξη «HARAKI CRETAN TSIKOU DIA», χωρίς να προσκομίστούν παραστατικά προμήθειας. Η παράβαση αυτή διαπιστώθηκε τον Νοέμβριο του 2025, με σφράγιση 10 ημερών από 3 Νοεμβρίου 2025 έως 13 Νοεμβρίου 2025.

Τον ίδιο μήνα, σε εστιατόριο στην Παστίδα, ο εκμεταλλευτής φέρεται να κατείχε 1,5 λίτρο αλκοολούχου αποστάγματος με αλκοολικό τίτλο 39,77% vol, ομοίως χωρίς τα απαιτούμενα παραστατικά, με αποτέλεσμα να επιβληθεί σφράγιση για το ίδιο χρονικό διάστημα. Στο Κοσκινού, ταβέρνα βρέθηκε να διαθέτει 0,8 λίτρα προϊόντος απόσταξης μικρού αποσταγματοποιού με αλκοολικό τίτλο 40,33% vol χωρίς παραστατικά. Η σφράγιση διήρκεσε 10 ημέρες, από 11 Μαρτίου 2026 έως

Συνέχεια στη σελίδα 4

Εφημερίδα
ΕΔΕΟΠ

Μηνιαίο
δημοσιογραφικό
όργανο της
**ΕΝΩΣΗΣ ΔΙΑΚΙΝΗΤΩΝ
ΕΜΠΟΡΩΝ
ΟΙΝΩΝ-ΠΟΤΩΝ ΑΘΗΝΩΝ**

**Ιδιοκτήτης
ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ**
Οδός Ζ. Παπαντωνίου
54-58, 11145 Αθήνα
Τηλ. 210-8312351
www.edeopath.gr
e-mail: edeopath@gmail.gr
ΚΩΔΙΚΟΣ: 1505

**Εκδότης
ΒΥΤΙΝΙΩΤΗΣ
ΙΩΑΝΝΗΣ**
210-9702018

**Επιμέλεια Έκδοσης -
Εκτύπωση
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΔΕΣΜΟΣ**
Ε. Γιάνναρη 5, 11853
210-3468268

**ΤΟ Δ.Σ. ΤΗΣ
ΕΔΕΟΠ ΑΘΗΝΩΝ**



ΒΥΤΙΝΙΩΤΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ	210-9702018	ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΝΤΑΜΠΑΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	210-2772005	ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΑΝΩΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΔΑΜΙΑΝΟΣ	210-8043465	ΓΕΝ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ
ΖΑΜΠΟΥΡΑΣ ΧΑΡΗΣ	210-2465788	ΤΑΜΙΑΣ
ΔΑΝΙΗΛ ΣΠΥΡΟΣ	210-4934757	ΜΕΛΟΣ
ΔΕΡΜΙΤΖΑΚΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ	210-5779896	ΜΕΛΟΣ
ΓΕΡΑΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	210-2281583	ΜΕΛΟΣ

NEO

Schweppes®





Tropical Fusion

Schweppes

ΜΕ ΓΕΥΣΗ ΑΠΟ ΤΡΟΠΙΚΑ ΦΡΟΥΤΑ

1783

ΧΑΜΗΛΕΣ ΘΕΡΜΙΔΕΣ

ΚΑΘΕ ΣΤΙΓΜΗ ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΟΒ
ΜΕ ΤΗ ΝΕΑ ΤΡΟΠΙΚΗ
ΓΕΥΣΗ SCHWEPPES

Απολαύστε Υπεύθυνα. © 2025 European Refreshments UC. Schweppes is a registered trademark of European Refreshments UC.

ΣΦΡΑΓΙΣΤΗΚΑΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΕ ΡΟΔΟ, ΚΩ, ΣΥΜΗ, ΛΕΡΟ, ΠΑΤΜΟ ΚΑΙ ΚΑΡΠΑΘΟ ΓΙΑ ΛΑΘΡΑΙΑ ΑΛΚΟΟΛΟΥΧΑ

Σειρά ελέγχων σε εστιατόρια, ταβέρνες, παντοπωλεία και καφέ ανέδειξε παράτυπη κατοχή και διάθεση αλκοολούχων ποτών χωρίς τα απαιτούμενα φορολογικά παραστατικά

Συνέχεια από σελίδα 2

21 Μαρτίου 2026.

Στην Ιαλυσό, ομόρρυθμη εταιρεία που εκμεταλλεύεται χώρο εστίασης εντοπίστηκε να κατέχει 5,5 λίτρα αλκοολούχου ποτού 38,44% vol (ούζου κατά δήλωση) χωρίς τα νόμιμα παραστατικά. Η σφράγιση διήρκεσε 10 ημέρες, από 7 Οκτωβρίου 2025 έως 16 Οκτωβρίου 2025.

Κως: παραβάσεις σε τουριστικό περιβάλλον

Στην Κω, οι αρμόδιες τελωνειακές αρχές εντόπισαν παραβάσεις σε 4 διαφορετικές επιχειρήσεις.

Σε κατάστημα τύπου cafe στην πόλη της Κω, ο εκμεταλλευτής βρέθηκε να κατέχει 9 τεμάχια φιαλών διαφόρων αλκοολούχων ποτών χωρίς παραστατικά προμήθειας. Η απόφαση εκδόθηκε στις 6 Φεβρουαρίου 2026 και η σφράγιση διήρκεσε 10 ημέρες, από 6 Φεβρουαρίου 2026 έως 16 Φεβρουαρίου 2026.

Στην πόλη της Κω, ομόρρυθμη εταιρεία βρέθηκε να κατέχει 25 γυάλινες φιάλες με συνολική ποσότητα 39,7 λίτρων χύμα αλκοολούχου ποτού χωρίς νόμιμα παραστατικά. Η σφράγιση διήρκεσε 15 ημέρες λόγω υποτροπής, από 27 Οκτωβρίου 2025 έως 11 Νοεμβρίου 2025.

Στο Πελεζίκι Κω, ιδιώτης φέρεται να κατείχε την ιδιαίτερως μεγάλη ποσότητα των 460 λίτρων τσίπουρου χωρίς τα απαιτούμενα παραστατικά. Το Τελωνείο Κω επέβαλε σφράγιση 15 ημερών, από

19 Νοεμβρίου 2025 έως 4 Δεκεμβρίου 2025.

Σύμη, Λέρος, Πάτμος, Κάρπαθος: ευρύτερη εικόνα στα μικρά νησιά

Η εικόνα δεν περιορίζεται στα δύο μεγαλύτερα νησιά. Στη Σύμη, εστιατόριο εντοπίστηκε να κατέχει 13 φιάλες χωρητικότητας 700 ml αλκοολούχου ποτού χωρίς νόμιμα παραστατικά. Η σφράγιση διήρκεσε 10 ημέρες, από 28 Νοεμβρίου 2025 έως 7 Δεκεμβρίου 2025.

Στη Λέρο, σε παντοπωλείο διαπιστώθηκε κατοχή 580 λίτρων αλκοολούχου αποστάγματος με αλκοολικό τίτλο 36,70% vol χωρίς φορολογικά παραστατικά. Πρόκειται για μία από τις μεγαλύτερες ποσότητες που εντοπίστηκαν στο σύνολο των νησιωτικών ελέγχων. Η σφράγιση επεβλήθη για 15 ημέρες, από 29 Οκτωβρίου 2025 έως 12 Νοεμβρίου 2025.

Στην Πάτμο, οι τελωνειακές αρχές πραγματοποίησαν ελέγχους σε 3 ξεχωριστές επιχειρήσεις. Σε κατάστημα εστίασης διαπιστώθηκε κατοχή 4 λίτρων αλκοολούχου αποστάγματος 37,33% vol χωρίς νόμιμα παραστατικά. Σε καφετερία-εστιατόριο γνωστό ως «Sea n' Sun» βρέθηκαν 4 λίτρα αλκοολούχου ποτού (λικέρ μαστίχα κατά δήλωση) με αλκοολικό τίτλο 19,75%, επίσης χωρίς παραστατικά. Και σε τρίτο κατάστημα εντοπίστηκαν 20,5 λίτρα αλκοολούχου ποτού (λικέρ ρακόμελο κατά δήλωση) με αλκοολικό τίτλο 21,35% vol. Και για τις 3 περιπτώσεις επεβλήθησαν σφραγίσεις 10 ημε-

ρών κατά τον Νοέμβριο 2025.

Στην Κάρπαθο, ομόρρυθμη εταιρεία βρέθηκε να κατέχει 7 φιάλες με περιεχόμενο 1,5 λίτρο αλκοολούχου ποτού έκαστη και 1 φιάλη με περιεχόμενο 5 λίτρα, χωρίς τα νόμιμα παραστατικά. Η σφράγιση διήρκεσε 10 ημέρες, από 22 Ιανουαρίου 2026 έως 1 Φεβρουαρίου 2026.

Το νομικό πλαίσιο και οι επιπτώσεις

Σε όλες τις παραπάνω περιπτώσεις λαθρεμπορίας αλκοολούχων, οι τελωνειακές αρχές επικαλούνται τις διατάξεις του Εθνικού Τελωνειακού Κώδικα, ήτοι του ν. 5222/2025, που αντικατέστησε τον παλαιότερο ν. 2960/2001. Εφαρμόζονται τα άρθρα που αφορούν στη λαθρεμπορία αλκοολούχων, τα οποία προβλέπουν εκτός από χρηματικά πρόστιμα και τη σφράγιση των εγκαταστάσεων καθώς και τη δημόσια ανακοίνωση των στοιχείων των παραβατών.

Το κοινό χαρακτηριστικό των παραβάσεων σε όλες τις περιπτώσεις είναι η κατοχή αλκοολούχων ποτών με σκοπό τη διάθεση στην κατανάλωση, χωρίς να αποδεικνύεται η νόμιμη προέλευσή τους και χωρίς να έχουν καταβληθεί οι αναλογούντες ειδικοί φόροι κατανάλωσης. Σε τουλάχιστον μία περίπτωση, αυτή της επιχείρησης στην Κω, η σφράγιση ήταν διάρκειας 15 ημερών αντί της συνήθους 10ήμερης, λόγω υποτροπής, γεγονός που υποδηλώνει επαναλαμβανόμενη παραβατική συμπεριφορά.

ΟΥΡΑΓΟΣ Η ΑΘΗΝΑ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΧΑΡΤΗ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΔΥΝΑΜΗΣ

Η εκπνκτική αύξηση του κόστους στέγασης συνεχίζει να επιβαρύνει το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της Αθήνας, όπως προκύπτει από την ετήσια έκθεση «Mapping the World's Prices 2026» της Deutsche Bank. Η ελληνική πρωτεύουσα κατατάσσεται τελευταία ανάμεσα στις 50 οικονομικά ισχυρότερες πόλεις του κόσμου, με βασικό «αγκάθι» τη χαμηλή αγοραστική δύναμη των πολιτών της.

Οι αυξήσεις μισθών «καταπίνονται» από τα ενοίκια

Παρότι οι μισθοί αυξήθηκαν σημαντικά την τελευταία δεκαετία, η άνοδος αυτή δεν κατάφερε να αντισταθμίσει την αλματώδη αύξηση του κόστους διαβίωσης. Ο μέσος καθαρός μηνιαίος μισθός διαμορφώνεται πλέον στα 1.321 δολάρια, καταγράφοντας άνοδο 61,3% σε σύγκριση με το 2016. Ωστόσο, η παράλληλη εκτίναξη των ενοικίων έχει περιορίσει αισθητά το πραγματικό όφελος για τα νοικοκυριά.

Η Deutsche Bank επισημαίνει ότι ο σημαντικότερος δείκτης ποιότητας ζωής είναι το εισόδημα που απομένει μετά την κάλυψη των στεγαστικών αναγκών. Στην περίπτωση της Αθήνας, το ενοίκιο ενός διαμερίσματος τριών υπνοδωματίων στο κέντρο της πόλης έχει αυξηθεί κατά 144% μέσα σε δέκα χρόνια και ανέρχεται πλέον στα 1.330 δολάρια τον μήνα. Έτσι, ένα ζευγάρι εργαζομένων που ενοικιάζει το συγκεκριμένο ακίνητο διαθέτει μετά την πληρωμή του ενοικίου 1.312 δολάρια, ποσό που είναι μόλις κατά 20% υψηλότερο από εκείνο του 2016.

Αντίστοιχα εντυπωσιακή είναι και η πορεία των τιμών αγοράς κατοικιών, καθώς η αξία ανά τετραγωνικό μέτρο στο κέντρο της Αθήνας έχει αυξηθεί κατά 150% μέσα στην τελευταία δεκαετία και φτάνει πλέον τα 4.016 δολάρια.

Η σύγκριση με τη Νέα Υόρκη

Η σύγκριση με τη Νέα Υόρκη αποτυπώνει με μεγαλύτερη σαφήνεια την εικόνα. Οι καθαρές αποδοχές των εργαζομένων στην Αθήνα αντιστοιχούν μόλις στο 24% εκείνων της αμερικανικής μητρόπολης, ενώ οι τιμές των αγαθών έχουν φτάσει στο 62,4% των αντίστοιχων αμερικανικών επιπέδων. Στον δείκτη αγοραστικής δύναμης, η Ελλάδα κατατάσσεται ως η 24η ακριβότερη χώρα διεθνώς σε σχέση με τις Ηνωμένες Πολιτείες.

Η ακρίβεια αποτυπώνεται και στις καθημερινές δαπάνες. Η βενζίνη κοστίζει κατά 209% περισσότερο σε σχέση με τη Νέα Υόρκη, κατατάσσοντας την Αθήνα στην ένατη

ακριβότερη πόλη του κόσμου ως προς το συγκεκριμένο προϊόν. Υψηλές παραμένουν και οι τιμές στην ένδυση, με ένα τζιν Levi's 501 να κοστίζει το 138% της αντίστοιχης τιμής στις ΗΠΑ. Αντίστοιχα, το κόστος ενός γεύματος σε κατάστημα γρήγορου φαγητού φτάνει το 85% της τιμής της Νέας Υόρκης, τα αναψυκτικά το 76%, ο καπουτσίνο το 70% και η εγχώρια μπύρα το 64%. Στα προϊόντα των σούπερ μάρκετ καταγράφεται αύξηση 20,5% σε σύγκριση με πριν από δέκα χρόνια, παρότι οι τιμές παραμένουν χαμηλότερες από τα επίπεδα του 2012. Σήμερα αντιστοιχούν περίπου στο 55% των τιμών που ισχύουν στη Νέα Υόρκη.



Σε διεθνές επίπεδο, το Λουξεμβούργο, η Κοπεγχάγη και το Άμστερνταμ βρίσκονται στις πρώτες θέσεις της κατάταξης για την ποιότητα ζωής, ενώ ακολουθούν το Μόναχο, η Βιέννη και η Φρανκφούρτη. Παράλληλα, η Ζυρίχη και η Γενεύη εξακολουθούν να θεωρούνται οι ακριβότερες πόλεις παγκοσμίως, ενώ το Τελ Αβίβ παρουσιάζει έντονη αύξηση στις τιμές βασικών αγαθών. Στον αντίποδα, το Τόκιο ξεχωρίζει ως μία από τις πιο οικονομικές επιλογές μεταξύ των ανεπτυγμένων οικονομιών, με το κόστος εστίασης να διαμορφώνεται περίπου στο ένα τρίτο εκείνου της Νέας Υόρκης.

Οι βαθύτερες αιτίες: γιατί έφτασε εδώ η Αθήνα

Η έκθεση της Deutsche Bank δείχνει το αποτέλεσμα, όχι όμως τα αίτια. Σύμφωνα με μελέτη του Ινστιτούτου Μικρών Επιχειρήσεων της ΓΣΕΒΕΕ (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ) για το στεγαστικό ζήτημα, το πρόβλημα είναι πολυπαραγοντικό και συνδέεται τόσο με τη δεκαετή δημοσιονομική κρίση όσο και με διαρθρωτικές παθογένειες της οικονομίας:

- Ανισορροπία προσφοράς και ζήτησης — ο πληθυσμός και η οικονομική δραστηριότητα παραμένουν συγκεντρωμένα στην Ατική, ενώ τα μονοπρόσωπα νοικοκυριά αυξήθηκαν κατά 32% σε μια δεκαετία (λόγω διαζυγίων και διαστάσεων), απαιτώντας περισσότερες κατοικίες για τον ίδιο πληθυσμό.
- Μείωση αγοραστικής δύναμης, μεταξύ 2018-2023 οι τιμές κατοικιών αυξήθηκαν 35,4%, ενώ το διαθέσιμο εισόδημα μόλις 8%.

- Κατάργηση του ΟΕΚ το 2012, η χώρα έμεινε χωρίς τον βασικό φορέα εργατικής κατοικίας, με την παροχή να απορροφάται από τα δημοσιονομικά ελλείμματα.

- Βραχυχρόνιες μισθώσεις και Golden Visa, η μετατροπή κατοικιών σε Airbnb και οι στρεβλώσεις της Golden Visa αφαίρεσαν σημαντικό απόθεμα από τη μακροχρόνια μίσθωση.

- Παλαιότητα κτιρίων και ενεργειακό κόστος, το 70% των ελληνικών κατοικιών είναι άνω των 35 ετών, με το ρεύμα να απορροφά πλέον περίπου το 10% του βασικού μισθού.

- Υψηλή φορολόγηση ακινήτων, η Ελλάδα είναι 3η στην ΕΕ σε φόρους περιουσίας (ΕΝΦΙΑ), ενώ ενοίκιο και δόση δανείου δεν εκπίπτουν από το φορολογητέο εισόδημα.
- Αυστηρή πιστωτική πολιτική, οι τράπεζες δίνουν πιο δύσκολα στεγαστικά δάνεια, ενώ τα funds διαχειρίζονται «κόκκινων» δανείων διατηρούν τεχνητά υψηλές τιμές.

- Θεσμικά εμπόδια, περίπλοκο κληρονομικό δίκαιο και πολεοδομικές παραβάσεις κρατούν ακίνητα εκτός αγοράς
- το 34,53% των κατοικιών παραμένει σήμερα κενό. Συγκέντρωση ακινήτων σε funds και τράπεζες — η μείωση της ιδιοκατοίκησης οδήγησε ακίνητα σε μεγάλους φορείς που δεν βιάζονται να τα διαθέσουν, κρατώντας τις τιμές ψηλά.

Ακριβώς σε αυτό το σημείο συναντιέται η ανάλυση με τα κρατικά προγράμματα που ήδη συζητήσαμε — το «Ανακαινίζω – Νοικιάζω» και οι φοροαπαλλαγές για κλειστά ακίνητα στοχεύουν συγκεκριμένα στο 34,53% των κενών κατοικιών, προσπαθώντας να «σπάσουν» ένα κομμάτι αυτού του φαύλου κύκλου.

ΕΙΝΑΙ ΩΡΑΙΟ ΝΑ
ΔΟΚΙΜΑΖΕΙΣ
ΚΑΤΙ ΝΕΟ



ALC 4.5%

Ακίνητα

ΑΝΑΚΑΙΝΙΖΩ – ΝΟΙΚΙΑΖΩ»: ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΠΟΥ ΘΕΛΕΙ ΝΑ «ΞΕΚΛΕΙΔΩΣΕΙ» ΧΙΛΙΑΔΕΣ ΑΔΕΙΑ ΣΠΙΤΙΑ

Πάνω από 50.000 αιτήσεις, επιδοτήσεις έως 36.000€ και φοροαπαλλαγές «ανοίγουν» τον δρόμο για την επιστροφή κλειστών ακινήτων στη μακροχρόνια μίσθωση

Η στεγαστική κρίση έχει φέρει στο προσκήνιο ένα παράδοξο: ενώ η ζήτηση για ενοίκιο στις μεγάλες πόλεις παραμένει ασφυκτική, δεκάδες χιλιάδες κατοικίες σε όλη τη χώρα μένουν κλειστές, αναξιοποίητες για χρόνια. Το πρόγραμμα «Ανακαίνιζω – Νοικιάζω», μέρος της ευρύτερης δράσης «Ανακαίνιση Κατοικίας» του Υπουργείου Κοινωνικής Συνοχής και Οικογένειας, φιλοδοξεί να αλλάξει αυτή την εικόνα, συνδυάζοντας επιδοτήσεις ανακαίνισης με φορολογικά κίνητρα για τους ιδιοκτήτες.

Πώς λειτουργεί το πρόγραμμα

Η πλατφόρμα άνοιξε στις 15 Ιουνίου και αφορά κατοικίες που έμειναν ακρησιμοποιήτες το 2024 και το 2025, με κατανάλωση ρεύματος κάτω από 50 kWh συνολικά στη διετία (ή με διακοπή παροχής), δηλωμένες ως «κενές» στο έντυπο Ε2 του 2025. Η επιδότηση φτάνει τα 300€ ανά τετραγωνικό μέτρο, με ανώτατο όριο τα 36.000€ και ποσοστό ενίσχυσης από 70% έως 95%, ανάλογα με το εισόδημα του δικαιούχου. Για ζευγάρι το εισοδηματικό όριο είναι 35.000€, προσαυξανόμενο κατά 5.000€ ανά παιδί.

Το 80% των εργασιών αφορά γενική ανακαίνιση —κουφώμα-

τα, ηλεκτρικά, υδραυλικά, κουζίνα, μπάνιο, δάπεδα— ενώ το υπόλοιπο 20% πρέπει να αφορά ενεργειακή αναβάθμιση. Μετά την ολοκλήρωση, το ακίνητο πρέπει να ενοικιαστεί για τουλάχιστον 5 χρόνια, με σταθερό μίσθωμα τα πρώτα 3 και ρητή απαγόρευση ένταξης σε βραχυχρόνια μίσθωση. Αν ο ιδιοκτήτης πουλήσει το ακίνητο εντός της πενταετίας, οφείλει να επιστρέψει ολόκληρη την επιδότηση.

Η ανταπόκριση μέχρι στιγμής

Σύμφωνα με την υπουργό Δόμνα Μιχαηλίδου, έχουν ήδη εκδοθεί πάνω από 50.000 βεβαιώσεις επιλεξιμότητας, εκ των οποίων περίπου 3.000 αφορούν κλειστά ακίνητα — ο υπόλοιπος όγκος αφορά ήδη κατοικημένα σπίτια που χρειάζονται ανακαίνιση.

Για να αυξηθεί η συμμετοχή ακινήτων με πολυιδιοκτησία, το απαιτούμενο ποσοστό συνιδιοκτησίας μειώθηκε από 50% σε 20%. Οι βεβαιώσεις μπο-



ρούν να εκδοθούν έως το τέλος Αυγούστου, με τις αιτήσεις να ανοίγουν πρώτα για τα κλειστά ακίνητα και στη συνέχεια για τα ανοιχτά.

Το «καρότο» της φοροαπαλλαγής

Παράλληλα με τις επιδοτήσεις, ισχύει πλήρης απαλλαγή από τον φόρο εισοδήματος για τρία χρόνια σε όσους ενοικιάζουν κλειστό ακίνητο ως κύρια κατοικία ή μετατρέπουν μια βραχυχρόνια μίσθωση σε μακροχρόνια, εφόσον υπογραφεί μισθωτήριο έως τις 31 Δεκεμβρίου 2026. Προϋπόθεση είναι η κατοικία να μην ξεπερνά τα 120 τ.μ. (με προσαύξηση 20 τ.μ. για κάθε παιδί πέραν των δύο) και να ήταν κενή ή σε βραχυχρόνια εκμετάλλευση την προηγούμενη τριετία. Το όφελος δεν είναι αμελητέο: για ενοίκιο 700€/μήνα, η φοροαπαλλαγή αντιστοιχεί σε 3.780€ σε βάθος τριετίας, με συντελεστή 15% — και ακόμη μεγαλύτερο για ιδιοκτήτες με υψηλότερο εισόδημα.

Τι εξετάζεται για το επόμενο βήμα

Στο οικονομικό επιτελείο εξετάζονται ήδη παρεμβάσεις για να γίνει το μέτρο πιο ελκυστικό: μείωση του απαιτούμενου χρόνου αδράνειας του ακινήτου από τα 3 στα 2 χρόνια, κλιμακωτή μείωση φόρου και μετά τη λήξη της τριετίας, καθώς και διεύρυνση των κατηγοριών κατοικιών που εντάσσονται.

Η οριστική απόφαση θα κριθεί από την αποτελεσματικότητα του μέτρου έως τώρα, με πιθανή ανακοίνωση παράτασης και ενίσχυσής του στη ΔΕΘ. Παράλληλα, δημιουργείται και ο Φορέας Απόκτησης και Επαναμίσθωσης, που στοχεύει να στηρίξει περίπου 20.000 ευάλωτα νοικοκυριά με επιδότηση ενοικίου έως 12 χρόνια και δυνατότητα επαναγοράς του ακινήτου.

Γιατί έχει σημασία για τους ιδιοκτήτες

Για τον μέσο ιδιοκτήτη ενός κλειστού διαμερίσματος, η εξίσωση αλλάζει σημαντικά: μια επιδότηση που καλύπτει έως και το 95% του κόστους ανακαίνισης, σε συνδυασμό με τριετή φοροαπαλλαγή στα ενοίκια, μειώνει δραστικά τον χρόνο απόσβεσης της επένδυσης.

Παράλληλα, η δέσμευση των 5 ετών λειτουργεί ως αντίβαρο σε όσους θα ήθελαν να «εκμεταλλευτούν» την επιδότηση και να στραφούν γρήγορα σε πώληση ή βραχυχρόνια μίσθωση, κρατώντας το πρόγραμμα προσανατολισμένο στον βασικό του στόχο: περισσότερα σπίτια στη μακροχρόνια αγορά.

Το στοιχείο της κυβέρνησης είναι διπλό: να αυξήσει την προσφορά κατοικιών προς ενοικίαση και να αποκλιμακώσει σταδιακά το κόστος στέγασης. Αν τα κίνητρα αποδειχθούν αρκετά ισχυρά, χιλιάδες κλειστά ακίνητα —που σήμερα λειτουργούν απλώς ως «κοιμώμενο» κεφάλαιο— θα μπορούσαν να επιστρέψουν ενεργά στην αγορά, δίνοντας ανάσα τόσο στους ενοικιαστές όσο και στους ιδιοκτήτες που αναζητούν σταθερή, μακροπρόθεσμη απόδοση.

ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΩ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΜΟΥ ΣΗΜΑ

Το εμπορικό σήμα είναι η «ταυτότητα» των υπηρεσιών και των προϊόντων σας και μπορεί να αποτελείται από οποιαδήποτε σημεία αρκεί να φέρει διακριτική δύναμη, να μπορεί, δηλαδή, να διακρίνει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες άλλων επιχειρήσεων.

Η σύνδεση του εμπορικού σας σήματος με την ποιότητα στο μυαλό των καταναλωτών και η άμεση συνειρμική παραπομπή αυτών στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της επιχείρησής σας, που τη διακρίνουν από τις ανταγωνιστικές και σας δίνουν προβάδισμα στην αγορά, αποτελεί το άλφα και το ωμέγα για την εδραίωση, την προώθηση, την επέκταση και, εντέλει, την επιτυχία της επιχείρησής σας.

Το εμπορικό σήμα μιας επιχείρησης φέρει αυτοτελή αξία, αντανακλά την υπεραξία της επιχείρησης, είναι το πολυτιμότερο άυλο περιουσιακό της αγαθό και, πολλές φορές, αξίζει περισσότερο από οποιοδήποτε άλλο στοιχείο της επιχείρησης, πάγιο ή μη.

Εάν παίρνετε στα σοβαρά την επιχείρησή σας, καθώς και τον χρόνο και την ενέργεια που αφιερώνετε στην ανάπτυξή της, απαιτείται να προχωρήσετε στην κατοχύρωση του εμπορικού σας σήματος, προκειμένου να είστε σε θέση να απολαύετε της προστασίας που του παρέχει ο νόμος και να μη βρεθείτε προ εκπλήξεων βλέποντας ανταγωνι-

στές σας να οικειοποιούνται τη φήμη και την πελατεία που με κόπο χτίζετε, αλλά και προκειμένου να του προσδώσετε μεγαλύτερη αξία και να είστε σε

θέση να εκμεταλλευτείτε οικονομικά το περιουσιακό σας αγαθό, παρέχοντας, λόγου χάρη, άδειες χρήσης σήματος, στήνοντας δίκτυα franchise κ.ο.κ. Το εξειδικευμένο δικηγορικό γραφείο εμπορικών σημάτων ΟΑ | YOUR TRADEMARK είναι στη διάθεσή σας, πάντα σε ετοιμότητα για να προστατεύσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα συμφέροντά σας, να σας παράσχει συμβουλές ανάλογα με τις ιδιαίτερες ανάγκες της επιχείρησής σας και να λύσει κάθε απορία σας με γνώση, υπευθυνότητα και διαφάνεια.



Ολίνα Ανδρουτσοπούλου
Ιδρύτρια & Γενική Διευθύντρια |
Νομική Σύμβουλος – Δικηγόρος LL.M |
Εξειδικευμένη Σύμβουλος IP

6936973490
2130441430

: info@oayourtrademark.gr
: www.oayourtrademark.gr

ΜΙΑ ΠΟΙΚΙΛΙΑ, ΠΟΛΛΕΣ ΕΚΦΡΑΣΕΙΣ: ΑΓΙΩΡΓΙΤΙΚΟ

Μια ελληνική ποικιλία προσαρμόζεται στον τόπο χωρίς να χάνει την ταυτότητά της

Μπορεί να πρόκειται για μία μόνο ποικιλία σταφυλιού, όμως το Αγιωργίτικο ορίζεται καλύτερα από την ευελιξία του. Στον σύγχρονο ελληνικό αμπελώνα αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα του πώς μια ποικιλία μπορεί να εκφράζεται σε διαφορετικούς τόπους και στυλ, συχνά ξεπερνώντας τις προσδοκίες, χωρίς να χάνει τον βασικό της χαρακτήρα.

Στο επίκεντρο της ιστορίας του Αγιωργίτικου βρίσκεται η ΠΟΠ Νεμέα. Περισσότερο από απλώς έναν τόπο προέλευσης, η Νεμέα λειτουργεί ως σημείο αναφοράς της ποικιλίας – η περιοχή όπου το εύρος των στυλ της, το ποσοτικό της δυναμικό και η ταυτότητά της έχουν διαμορφωθεί μέσα στον χρόνο. Μέσα στην ΠΟΠ Νεμέα, το Αγιωργίτικο αποκαλύπτει ένα εντυπωσιακό φάσμα ερυθρών κρασιών, από ζωηρές, φρουτώδεις εκφράσεις έως πιο σύνθετα κρασιά με δυνατότητα παλαίωσης.

Αυτό το εύρος δεν είναι τυχαίο. Αντανακλά την ποικιλία των terroirs σε αυτήν που αποτελεί τη μεγαλύτερη ερυθρή ΠΟΠ της Ελλάδας, τη συσσωρευμένη γνώση αιώνων συνεχούς παραγωγής, καθώς και τη βαθιά κατανόηση – και

προσαρμογή – στις ανάγκες της ποικιλίας. Αυτή η πολυμορφία είναι εγγενές χαρακτηριστικό του σταφυλιού και όχι αποτέλεσμα τάσεων. Το Αγιωργίτικο μπορεί να εκφράσει πολλές διαφορετικές προσωπικότητες, ανάλογα με το πού και πώς καλλιεργείται. Η Νεμέα παραμένει το μέρος όπου αυτή η ισορροπία αποτυπώνεται πιο καθαρά, προσφέροντας ένα πλαίσιο που επιτρέπει την ποικιλομορφία χωρίς να αποδυναμώνει τη διακριτή ταυτότητα της ποικιλίας.

Γειτονικές ζώνες όπως η ΠΓΕ Κόρινθος διερευνούν περαιτέρω τις δυνατότητες του σταφυλιού μέσα από ένα διαφορετικό φάσμα στυλ. Ένας αυξανόμενος αριθμός γαστρονομικών ροζέ κρασιών, για παράδειγμα, εντάσσεται σε αυτές τις γεωγραφικές ενδείξεις, καθώς η ΠΟΠ επιτρέπει μόνο ερυθρά κρασιά. Τα κρασιά αυτά δίνουν έμφαση στην ευκολία κατανάλωσης και την ευελιξία – είναι φρέσκα, ζωηρά και αναδεικνύουν μια άλλη διάσταση της ποικιλίας, χωρίς να ανταγωνίζονται το αφήγημα της ΠΟΠ. Αντίθετα, το επεκτείνουν.

Το Αγιωργίτικο δεν περιορίζεται πλέον σε μία μόνο περιοχή. Σήμερα καλλιεργείται σε ολόκληρη την Ελλάδα, αποδεικνύοντας τη μεγάλη του ικανότητα προσαρμογής σε διαφορετικά μεσοκλίματα και terroirs, διατηρώντας παράλληλα ένα αναγνωρίσιμο προφίλ. Στη βόρεια Ελλάδα, περιοχές όπως η ΠΓΕ Δράμα δείχνουν πώς η ποικιλία μπορεί να αποκτήσει διαφορετικό τόνο και να δώσει κρασιά με διακριτό τοπικό χαρακτήρα. Αυτές οι εκφράσεις διευρύνουν τη συζήτηση, ενισχύοντας την ευελιξία της ποικιλίας χωρίς να αμφισβητούν το βασικό της κέντρο



βάρους. Αυτός ο συνδυασμός ενός ισχυρού πυρήνα και μιας διαρκώς διευρυνόμενης περιφέρειας είναι που ορίζει σήμερα το Αγιωργίτικο. Η ΠΟΠ Νεμέα παραμένει το βασικό σημείο αναφοράς – ο τόπος όπου «μιλιέται» πιο καθαρά η γλώσσα της ποικιλίας – ενώ οι εκφράσεις ΠΓΕ σε άλλες περιοχές προσθέτουν αποχρώσεις και σύγχρονη δυναμική.

Σε ένα παγκόσμιο οινικό τοπίο που εκτιμά ολοένα και περισσότερο την ευελιξία χωρίς απώλεια ταυτότητας, το Αγιωργίτικο ενσαρκώνει με ευκολία αυτή την ισορροπία: μία ποικιλία, πολλές εκφράσεις, όλες ενωμένες από έναν χαρακτήρα που προσαρμόζεται στον τόπο, παραμένοντας ταυτόχρονα αδιαμφισβήτητα ο εαυτός του.



110 ΧΡΟΝΙΑ

ΣΟΥΡΩΤΗ.

1916 - 2026

Φυσική Πηγή Ευεξίας!

110 ΧΡΟΝΙΑ

ΣΟΥΡΩΤΗ.

1916

ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΗΓΗ «ΣΟΥΡΩΤΗ»

ΜΗΝΑΡΙΚΗ ΣΥΣΤΑΣΗ ΣΕ: Ιόνιοι | Μαγνήσιο | Ώξιο οξοφωσφικό | Πυρίτιο | Λίθιο

0,33L

110 ΧΡΟΝΙΑ

ΣΟΥΡΩΤΗ.

1916

FROM "SOUROTI" SPRING

...and to the next 110!

CARBONATED NATURAL MINERAL WATER

UNIQUE COMPOSITION IN: Calcium | Magnesium | Bicarbonate | Silica | Lithium

0,33L

Αναζητήστε τις ΕΠΕΤΕΙΑΚΕΣ συσκευασίες

LEARN MORE

Από τον χώρο των εταιρειών

ΟΤΑΝ Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΕΙΝΑΙ ΤΟ DNA, ΟΧΙ Η ΒΙΤΡΙΝΑ

Νερά Πηγών Γράμμου

Υπάρχουν εταιρείες που φτιάχνουν πρώτα το προϊόν και μετά ψάχνουν πώς να το «ντύσουν» με βιωσιμότητα. Η Νερά Πηγών Γράμμου έκανε το αντίστροφο: η ιδέα γεννήθηκε από έναν τόπο, τον Γράμμο, το τέταρτο ψηλότερο βουνό της Ελλάδας, και το προϊόν, το Φυσικό Μεταλλικό Νερό ΑρρένΑ, είναι απλώς η έκφρασή της. Το όνομα δεν είναι τυχαίο είναι εμπνευσμένο από τις αθητικές λίμνες Αρρένες, κοντά στην πηγή Κεφαλόβρυσο, σε υψόμετρο 1.100 μέτρων, μέσα σε δάση οξιάς και ελάτης, εντός περιοχής προστασίας NATURA 2000.

Το νερό αντλείται κατευθείαν από την πηγή, όχι από γεώτρηση, και διοχετεύεται στο εργοστάσιο χωρίς να έρθει ποτέ σε επαφή με φως ή αέρα, εμφιαλωμένο στη φυσική του θερμοκρασία. Ο συνδυασμός του βάθους της πηγής με το φυσικό φιλτράρισμα μέσα από τα πετρώματα του βουνού του δίνει χαμηλή περιεκτικότητα σε άλατα και νάτριο, καθιστώντας το κατάλληλο ακόμα και για βρέφη και δίαιτες πτωχές σε νάτριο.

Από εγκαταλελειμμένο ξυλουργείο σε πρότυπο κυκλικής οικονομίας

Η οικογένεια Τσάκου, που ίδρυσε την εταιρεία το 2018, δεν έχτισε το εργοστάσιό της από το μηδέν. Αγόρασε ένα εγκαταλελειμμένο ξυλουργείο στην περιοχή και το μετέτρεψε στην υπεράσύγχρονη μονάδα εμφιάλωσης που λειτουργεί σήμερα. Η επιλογή αυτή δεν ήταν απλώς οικονομική. Είναι η πρώτη και πιο ουσιαστική απόδειξη της νοοτροπίας τους: αντί να καταλάβουν νέα δασική γη, επέλεξαν να αναγεννήσουν κάτι που ήδη υπήρχε. Κυκλική οικονομία όχι ως όρος σε παρουσίαση, αλλά ως η πρώτη απόφαση που πήραν, πολύ πριν γίνει της μόδας ο όρος ESG.

Η ίδια λογική συνεχίζεται σε κάθε επόμενο βήμα: απόκτηση αδειών λειτουργίας σε στενή συνεργασία με την τοπική αυτοδιοίκηση, δημιουργία εργαστηρίου φυσικοχημικών και μικροβιολογικών αναλύσεων εντός της εγκατάστασης, και σταδιακή επέκταση με κέντρο αποθήκευσης και διανομής στο Άργος Ορεστικού, πάντα με επίκεντρο την ίδια περιοχή, όχι τη μετεγκατάσταση σε μεγαλύτερο αστικό κέντρο.

Τέσσερις αξίες που καθορίζουν κάθε απόφαση

Η εταιρεία συνοψίζει τη φιλοσοφία της σε τέσσερις αξίες: αυθεντικότητα («ό,τι κάνουμε ξεκινά από την πηγή»), ποιότητα και ασφάλεια (το νερό φτάνει στον καταναλωτή αναλλοίωτο, χωρίς να έχει έρθει σε επαφή με φως ή αέρα), διαφάνεια και αξιοπιστία, και ευθύνη με ακεραιότητα. Δεν είναι λέξεις σε αφίσα• μεταφράζονται σε συγκεκριμένες πρακτικές, όπως η επιλογή αυστηρότερων περιβαλλοντικών ορίων από αυτά που επιβάλλει ο νόμος, ή η εθελοντική εφαρμογή προδιαγραφών NATURA 2000 ακόμα και σε εγκαταστάσεις που δεν εμπίπτουν υποχρεωτικά σε προστατευόμενη ζώνη.

Οι ίδιες αξίες στηρίζονται και σε επίσημες πιστοποιήσεις: η εταιρεία λειτουργεί με Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας ISO 9001 και Ασφάλειας Τροφίμων ISO 22000, τα οποία ελέγχονται τακτικά μέσω εσωτερικών και εξωτερικών επιθεωρήσεων. Η ανάπτυξη της πρώτης της Έκθεσης Βιωσιμότητας έγινε σε συνεργασία με τη Global Sustain, μια επιλογή που δείχνει πως η διαφάνεια δεν αντιμετωπίζεται ως υποχρέωση αλλά ως εργαλείο αξιοπιστίας απέναντι σε συνεργάτες και καταναλωτές.

Το νερό δεν είναι πόρος, είναι δανεικό

Η προσέγγισή τους στο νερό του Σαραντάπορου και του ευρύτερου υδροφόρου ορίζοντα του Γράμμου βασίζεται σε μια απλή αρχή: ό,τι αντλείται, παρακολουθείται, μετριέται και προστατεύεται σαν να μην τους ανήκει. Συστήματα μέτρησης σε πραγματικό χρόνο, τακτική δειγματοληψία από ανεξάρτητα και διαπιστευμένα εργαστήρια, μηδενική εκροή αστικών λυμάτων στο περιβάλλον. Όλα τα υγρά απόβλητα συλλέγονται και απομακρύνονται από αδειοδοτημένο φορέα. Στις δεξαμενές καθαρισμού της εμφιαλωτικής γραμμής (διαδικασία CIP), τα διαλύματα επαναχρησιμοποιούνται σε ποσοστό έως και 70%, μειώνοντας τόσο τη χρήση χημικών όσο και την κατανάλωση ενέργειας. Στο σκέλος της συσκευασίας, η φιλοσοφία «λιγότερο είναι περισσότερο» εκφράζεται με φιάλες από 30% ανακυκλωμένο πλαστικό (rPET) και μη αποσπώμενο πάμα. Μικρές σχεδιαστικές επιλογές που, πολλαπλασιασμένες σε εκατομμύρια φιάλες, κάνουν ουσιαστική διαφορά στις εκπομπές CO2 και στη διευκόλυνση της ανακύκλωσης. Καμία επικίνδυνη απόβλητη ύλη δεν παράγεται ή αποθηκεύεται εντός της εγκατάστασης, ενώ όλα τα μη επικίνδυνα απόβλητα (χαρτί, πλαστικό, φιλμ) παραδίδονται σε αδειοδοτημένους φορείς για ανάκτηση.

Οι άνθρωποι πίσω από το προϊόν

Το σύνολο του προσωπικού καλύπτεται από συλλογική σύμβαση, με αμοιβές που ενισχύονται μέσω ετήσιας αξιολόγησης απόδοσης. Σε έρευνα ικανοποίησης εργαζομένων με καθολική συμμετοχή, καταγράφηκαν υψηλά ποσοστά αξιολόγησης στο αίσθημα σεβασμού, δίκαιης μεταχείρισης και εργασιακής ασφάλειας. Στο θέμα της ισορροπίας επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, το ποσοστό επιστροφής και διατήρησης εργαζομένων μετά από γονική άδεια έφτασε το 100%, ένας δείκτης που, σε μια μικρή επιχείρηση επαρχίας, δεν είναι αυτονόητος.

Η επένδυση στην τοπική κοινωνία δεν σταματά στις προσλήψεις. Η πλειονότητα του προσωπικού κατάγεται από τον Δήμο Νεστορίου Καστοριάς, και η πλειονότητα των στελεχών μέσας διοίκησης προσλήφθηκε κι αυτή τοπικά, δύο δείκτες που η εταιρεία παρακολουθεί συνειδητά, ακριβώς επειδή το να δημιουργείς θέσεις ευθύνης για ανθρώπους μιας παραμεθόριας περιοχής είναι πιο δύσκολο, αλλά και πιο ουσιαστικό, από το να τις καλύψεις εξ ολοκλήρου από τα μεγάλα αστικά κέντρα.



ΜΙΑ ΑΚΟΜΗ ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΜΑΔΑ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΗΣ ΝΕΡΑ ΠΗΓΩΝ ΓΡΑΜΜΟΥ

Το Silver Award κατέκτησε η Νερά Πηγών Γράμμου στα Sales Excellence Awards, έναν θεσμό που επιβραβεύει τις ομάδες και τα στελέχη που ξεχωρίζουν για τις επιδόσεις, την καινοτομία και τη συμβολή τους στην ανάπτυξη των πωλήσεων. Το ασημένιο βραβείο στην κατηγορία «Αύξηση Πωλήσεων» απονεμήθηκε στην ομάδα Πωλήσεων του Φυσικού Μεταλλικού Νερού ΑρρένΑ, αναγνωρίζοντας τη σταθερά ανοδική εμπορική της πορεία, την αποτελεσματική στρατηγική ανάπτυξης και την ικανότητά της να ενισχύει διαρκώς την παρουσία του προϊόντος στην ελληνική αγορά.

Σε σύντομο χρονικό διάστημα, η ομάδα Πωλήσεων πέτυχε σημαντική αύξηση των πωλήσεων, διεύρυνε το δίκτυο συνεργατών και σημείωσε ισχυρή διείσδυση σε νέα σημεία πώλησης. Το βραβείο παρέλαβε ο Διευθυντής Πωλήσεων της εταιρείας, Γιώργος Κομποδιέτας, ο οποίος δήλωσε κατά τη διάρκεια της τελετής απονομής: «Από το όραμα των ιδρυτών της οικογένειας Τσάκου, με ένα εξαιρετικής ποιότητας φυσικό μεταλλικό νερό και τη συνδρομή όλων των τμημάτων, καταφέραμε να είμαστε εδώ σε μόλις δυόμισι χρόνια εμπορικής δραστηριότητας. Και είναι μόνο η αρχή.» Η διάκριση αυτή της ανάπτυξης της Νερά Πηγών Γράμμου, με στόχο την περαιτέρω ενίσχυση της παρουσίας του ΑρρένΑ στην αγορά και τη δημιουργία ακόμη μεγαλύτερης αξίας για τους συνεργάτες και τους καταναλωτές.



Η αλήθεια είναι
ότι το νερό μας
φιλτράρεται
από τη φύση.
Εκεί όπου ανήκει.



Arrena
ΦΥΣΙΚΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ

Καθαρό. Σαν την αλήθεια.

arrena.gr   arrena.water

«ΜΑΧΗ» ΜΙΣΟΥ ΔΙΣ. ΕΥΡΩ ΜΕ ΑΙΧΜΗ ΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Του Μιχάλη Κοσμετάτου

Η «μάχη» για τα ετήσια έσοδα της εγχώριας αγοράς των αναψυκτικών, τα οποία εκτινάσσονται αθροιστικά σε ύψος μερικών εκατοντάδων εκατομμυρίων ευρώ, πλησιάζει σιγά σιγά προς το «φόρτε» της. Κάτι λογικό, άλλωστε, από τη στιγμή που ολοκληρώνεται ήδη ο πρώτος μήνας του καλοκαιριού, ο Ιούνιος, και ο Ιούλιος δεν αργεί να μπει. Η αύξηση της θερμοκρασίας αλλά και η ταυτόχρονη κορύφωση των τουριστικών ροών από το εξωτερικό προς τη χώρα οδηγούν σε μια κατακόρυφη αύξηση της κατανάλωσης σε μια σειρά προϊόντων εν μέσω του θέρους, μεταξύ των οποίων και τα αναψυκτικά. Η δε συνολική «πίτα» των πωλήσεων φέρεται ότι ξεπερνά τα 400 εκατ. ευρώ και να πλησιάζει προς το μισό δις., με κάποιες από τις εταιρείες οι οποίες διεκδικούν τα μερίδια —και διατηρούν πρωταγωνιστικό ρόλο στον κλάδο— να μπαίνουν πιο δυνατά στο «παιχνίδι» με νέα προϊόντα: από αναψυκτικά με στέβια ως γλυκαντική ουσία, μέχρι αυτά χωρίς ζάχαρη (zero/light) και τα functional drinks (ποτά ενέργειας, super-premium mixers για κοκτέιλ), που σε αρκετές περιπτώσεις καταγράφουν τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης.

Γενικότερα, η αγορά αναψυκτικών στην Ελλάδα ακολουθεί έντονα την τάση για λιγότερη ζάχαρη, επιλογές χωρίς θερμίδες και φυσικά συστατικά ή και με βιταμίνες ακόμα, με τις κορυφαίες εταιρείες να εμπλουτίζουν τα χαρτοφυλάκια τους με νέες σειρές και ανανεωμένες γεύσεις. Από τα χαρακτηριστικά της εποχής είναι ότι, παρά τις πληθωριστικές πιέσεις, οι καταναλωτές δείχνουν ξεκάθαρη στροφή προς τα επώνυμα προϊόντα (brands) υψηλότερης προστιθέμενης αξίας, με αυτά της ιδιωτικής ετικέτας (private label) να υποχωρούν, αντίθετα με ό,τι συμβαίνει σε άλλες κατηγορίες προϊόντων. Στην αγορά παρατηρείται μάλιστα τα τελευταία χρόνια έντονη κινητικότητα με εξαγορές, συγχωνεύσεις και είσοδο επενδυτικών κεφαλαίων (funds) που αναδιαμορφώνουν τον χάρτη, η οποία έχει φέρει αλλαγή στους συσχετισμούς των ισορροπιών. Ο «χάρτης» του κλάδου; Μεγάλοι «παίκτες» όπως η Coca-Cola HBC (με τζίρο εκατοντάδων εκατομμυρίων στην Ελλάδα) και η PepsiCo Hellas (η οποία επαναπατρίζει σημαντικό μέρος της παραγωγής της) κατέχουν τη μερίδα του λέοντος, ενώ ισχυρή δυναμική αναπτύσσουν και οι ελληνικές εταιρείες (όπως η Λουξ, η Βίκος, η Green Cola, η ΕΨΑ, που υλοποιεί μεγάλο πλάνο αναδιάρθρωσης, κ.λπ.).

Πέρα από τα διάφορα επιχειρηματικά deals με φόντο την ελληνική αγορά των αναψυκτικών, πραγματοποιούνται αρκετά μεγάλες επενδύσεις και στο σκέλος της παραγωγής ή σε άλλους τομείς.

Ο «χάρτης» του κλάδου

Τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία επιβεβαιώνουν την κυριαρχία της Coca-Cola, η οποία ελέγχει ένα μερίδιο αγοράς 55,9%, αυξημένο συγκριτικά από το 53,6% στο πρώτο τρίμηνο του 2024, με την πάροδο μιας διετίας, πράγμα που σημαίνει ότι ένα στα δύο αναψυκτικά που πωλούνται από τα ράφια των ελληνικών σούπερ μάρκετ ανήκει στο προϊοντικό portfolio της πολυεθνικής. Στη δεύτερη θέση έχει καταφέρει να «σκαρφαλώσει» η Ηπειρωτική Βιομηχανία Εμφιαλώσεων της οικογένειας του Πέτρου Σεπετά, με αιχμή του δόρατος το brand Βίκος, leader στον κλάδο του εμφιαλωμένου φυσικού μεταλλικού νερού, με ισχυρή παρουσία και στα αναψυκτικά τα τελευταία χρόνια. Η Βίκος θεωρείται πια ο ισχυρότερος εγχώριος παίκτης με μερίδιο 6,1% από 7% πέρυσι και παρότι δεν απειλεί την Coca-Cola αφήνει πίσω του τους άλλους ανταγωνιστές της.

Η ιδιωτική ετικέτα κερδίζει έδαφος και σε αυτόν τον κλάδο, αν και σε άλλες κατηγορίες προϊόντων εμφανίζει καλύτερες επιδόσεις (π.χ., γιαούρτι, παγωτό κ.ά.). Συγκεκριμένα, τα αναψυκτικά private label αποτελούν τον τρίτο παίκτη της αγοράς, με μερίδιο μόλις στο 5,8%, με πωτι-

κή τάση (-5,1%). Ποιοι έπονται; Από τους μεγάλους «παίκτες», μια άλλη πολυεθνική, η Pepsi είδε τις πωλήσεις της να καταγράφουν θετικό πρόσημο (3,6%) στο πρώτο τρίμηνο του 2026, με το μερίδιό της να διαμορφώνεται στο 4,7%, αν και λόγω φήμης οι επιδόσεις της δεν είναι οι υψηλότερες που θα μπορούσαν. Επιστρέφοντας στις αμιγώς ελληνικές βιομηχανίες αναψυκτικών, από την Ήπειρο και τη Βίκος, πάμε στην Πάτρα και τη Λουξ των αδελφών Μαργαφέκα, η οποία με ίδιο μερίδιο 4,7% παρουσιάζει ελαφρά υποχώρηση (-0,9%) των πωλήσεών της.

Σε επίπεδο σημάτων, τώρα, η Schweppes καταγράφει την πιο ισχυρή ανάπτυξη, με αύξηση 20,5% και μερίδιο 4,5%, η Sprite ανέβασε τις επιδόσεις της κατά 15,1%, με μερίδιο 2,75%, η Fanta τρέχει με 6% και μερίδιο 3,7% και 90,2% αυξήθηκαν οι πωλήσεις της ανερχόμενης mastih2o. Πιο κάτω τα μερίδια μειώνονται αισθητά. Η βορειοελλαδίτικη Green Cola ελέγχει μερίδιο 1,2%, με αύξηση πωλήσεων 11,8% στο πρώτο τρίμηνο της τρέχουσας χρήσης, η βολιώτικη ΕΨΑ ακολουθεί με μερίδιο 1,8% και



οριακή αύξηση πωλήσεων, επίσης θετικά κινήθηκε και η Κλιάφας, με αύξηση 14,6%, με χαμηλό μερίδιο 0,6%, ενώ έχασαν ποσοστά η Tuborg Soda (-7,4%) και η HBH (-15,6%). Σαφέστατα, η άνοδος της κατανάλωσης κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών, με δεδομένο ότι δεν έχουν βγει ακόμη ούτε τα στοιχεία για το δεύτερο τρίμηνο του 2026, θα αλλάξει την εικόνα της ελληνικής αγοράς των αναψυκτικών κατά το επόμενο διάστημα, αν και οι πιθανότητες για θεαματικές ανατροπές στην κατάταξη ελληνικών και ξένων επιχειρήσεων του κλάδου δεν φαίνονται πολλές. Οι τάσεις που χαρακτηρίζουν την αγορά αυτή την περίοδο δίνουν φυσικά το «στίγμα» της νέας «μάχης» του περίπου μισού δις.

Από το ράφι, στο ξενοδοχείο και το εστιατόριο: πώς μοιράζεται η «πίτα»

Το πώς διανέμεται η συνολική αξία της αγοράς των αναψυκτικών στην Ελλάδα και ποιες είναι οι διακυμάνσεις της αξίας της παρουσιάζει το δικό του ενδιαφέρον. Η «πίτα» των πωλήσεών της, μαζί με το παγωμένο τσάι, διαμορφώνεται σε ένα εύρος που ξεπερνά σταθερά πλέον τα 300 εκατ. ευρώ όσον αφορά το οργανωμένο λιανεμπόριο, τα σούπερ μάρκετ δηλαδή. Αν όμως συνυπολογιστεί και η αγορά της μαζικής εστίασης και των ξενοδοχείων («κανάλι» HORECA), όπως, π.χ., και τα περίπτερα, τότε ο αθροιστικός τζίρος είναι σημαντικά υψηλότερος και πλησιάζει το μισό δις. ευρώ.

Γενικά η αγορά παρουσιάζει σταθερά ανοδική τροχιά μετά το restart που πέτυχε στη «μετά πανδημίας εποχή», καθώς το 2024 έκλεισε περίπου στα 302 εκατ. ευρώ (αυξημένη κατά 40 εκατ. ευρώ σε σχέση με το 2023),

ενώ η ισχυρή ζήτηση σε όγκο και αξία συνεχίστηκε και κατά τη διάρκεια του 2025 και του 2026. Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της αγοράς, οι πωλήσεις των soft drinks στα σούπερ μάρκετ το πρώτο τρίμηνο του 2026 αυξήθηκαν σε ποσοστό 6,7%, στα 78,569 εκατ. ευρώ, τη στιγμή που σε όλη τη διάρκεια του 2025 είχαν αγγίξει τα 347,42 εκατ. ευρώ σε αυτό το «κανάλι».

Πέρα από τα brands τα οποία είναι ιδιαίτερα διαδεδομένα στο ράφι των σούπερ μάρκετ ή τα βλέπουν οι καταναλωτές συχνά σε τηλεοπτικές διαφημίσεις, σε χορηγίες αθλητικών γεγονότων ή ομάδων μπάσκετ κ.λπ., υπάρχουν και πολλά άλλα που παραμένουν εξαιρετικά δημοφιλή κυρίως σε τοπικό επίπεδο, όπως ανάμεσα σε πολλά άλλα το Γεράνι στα Χανιά της Κρήτης, η Φλώρινα, η Fruttor, η Τεμένια, ο Κρίνος, η Χιονάτη, το Νέκταρ κ.ά.

Ποιες συμφωνίες άηλαξαν τους συσχετισμούς δυνάμεων

Πολλές και σημαντικές επιχειρηματικές συμφωνίες καταγράφονται στην ελληνική αγορά των αναψυκτικών, ικανές να τις δώσουν μια άλλη δυναμική. Τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα; Η ΕΨΑ παραδοσιακά ανήκε στην οικογένεια Τσαούτου, με ιστορία που ξεπερνά τον έναν αιώνα (όπως και η HBH), αλλά η ροή των πραγμάτων άλλαξε μετά την επένδυση ενός από τα ισχυρότερα funds ελληνικών συμφερόντων, του SMERediumCap (SMERC), υπό την ηγεσία του μεγαλοτραπεζίτη Νίκου Καραμούζη, με στοιχείο την επάνοδό της σε κερδοφόρες χρήσεις από το 2027 και την επίτευξη ενός turnaround story. Στα μεγάλα deals των τελευταίων ετών συμπεριλαμβάνεται η εξαγορά της Three Cents (premium αναψυκτικά/mixers & tonics) το 2022 από την Coca-Cola HBC, με πωλητή την εισηγμένη εταιρεία συμμετοχών Ideal Holdings και τίμημα 46 εκατ. ευρώ, αυτή της θεσσαλικής Κλιάφα από τα Ελληνικά Γαλακτοκομεία, όπως και η συγχώνευση της Green Cola (ιδρυτής Περικλής Βενιέρης) το 2023 με την ηπειρωτική εταιρεία εμφιάλωσης νερού ΧΗΤΟΣ. Σε διεθνές επίπεδο, αναμένεται με εξαιρετικό ενδιαφέρον η ολοκλήρωση της εξαγοράς του 75% της Coca-Cola Beverages Africa από την Coca-Cola HBC (πρόεδρος ο Αναστάσης Δαυίδ), αντί 2,6 δις. δολ. εντός του 2026.

Οι «πρωταθλητές» των επενδύσεων

Μεγάλα επενδυτικά πλάνα υλοποιούν οι εγχώριες βιομηχανίες αναψυκτικών, με την Coca-Cola HBC να «παίρνει κεφάλι» στη νέα κούρσα. Αιτία, το νέο project των 31 εκατ. ευρώ, budget το οποίο αφορά την ανάπτυξη ενός νέου υπερσύγχρονου κέντρου διανομής στην Αττική (Σχηματάρη), που προγραμματίζεται να ολοκληρωθεί έως το 2028. Σύμφωνα με τον σχεδιασμό, θα διαθέτει χωρητικότητα 33.000 παλετών, θα ενσωματώνει προηγμένες τεχνολογίες Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) και θα λειτουργεί ως ένα πλήρως αυτοματοποιημένο, «πράσινο» και έξυπνο κέντρο διανομής. Το δε συνολικό της πλάνο επενδύσεων σε βάθος πενταετίας ξεπερνά τα 180 εκατ. ευρώ.

Business plan 100 εκατ. ευρώ πενταετούς διάρκειας έως το 2029 τρέχει και η Βίκος, με το βάρος σαφώς να πέφτει στο core αντικείμενό της, τη δραστηριότητα στο εμφιαλωμένο νερό. Επενδύσεις οι οποίες υπερβαίνουν τα 13 εκατ. ευρώ έχουν δρομολογηθεί στην ΕΨΑ, από το fund SMERC, με στόχο την πλήρη ανάκαμψη της ιστορικής βιομηχανίας, ενώ και άλλες εταιρείες υλοποιούν κατά καιρούς αντίστοιχα επενδυτικά πλάνα, με στόχο κυρίως την αύξηση της παραγωγής και των εξαγωγών τους, αλλά και το λανσάρισμα νέων καινοτόμων προϊόντων. Αξίζει να σημειωθεί ότι πολλά γνωστά brands συμπεριλαμβάνονται στα portfolio ισχυρών ομίλων, όπως Coca-Cola (Fanta, Sprite, Three Cents) και PepsiCo (HBH).

Πηγή: DEAL

A
TODA
MADRE

 **INSPIRADA
EN MEXICO** 



f A TODA MADRE

 atodamadregr

Η ιστορία των αναψυκτικών: από το φαρμακείο του 18ου αιώνα στο σημερινό ράφι

Πώς ένα πείραμα ανθρακούχωσης νερού δίπλα σε ζυθοποιείο της Αγγλίας κατέληξε παγκόσμια βιομηχανία δισεκατομμυρίων, και πώς η ίδια ιστορία γράφτηκε παράλληλα στην Ελλάδα, από τα σερμπέτια των νοικοκυρών μέχρι τη ΛΟΥΞ της Πάτρας

Η ιστορία του αναψυκτικού δεν ξεκινά ως προϊόν απόλαυσης, αλλά ως φαρμακευτικό παρασκεύασμα. Το ταξίδι από το εργαστήριο ενός κληρικού στην Αγγλία μέχρι το ψυγείο κάθε σπιτιού σήμερα περνά από φαρμακεία, βιοτεχνίες με γαϊδουράκια και τελικά πολυεθνικές αυτοκρατορίες, με την Ελλάδα να γράφει τη δική της, παράλληλη διαδρομή.

Η ανθρακούχωση του νερού
Όλα ξεκινούν το 1767, όταν ο Άγγλος κληρικός και επιστήμονας Joseph Priestley, που ζούσε δίπλα σε ζυθοποιείο στο Λιντς της Αγγλίας, ανακάλυψε τον τρόπο εμπλουτισμού του νερού με διοξείδιο του άνθρακα, τοποθετώντας μια λεκάνη νερού πάνω από τη ζύμωση της μπύρας. Το 1772 παρουσίασε επίσημα τη μέθοδο στο Κολέγιο Ιατρών του Λονδίνου, κερδίζοντας τον τίτλο του «πατέρα της βιομηχανίας αναψυκτικών». Τα πρώτα χρόνια, το ανθρακούχο νερό πωλούνταν αποκλειστικά σε φαρμακεία, ως τονωτικό για το πεπτικό σύστημα, όχι ως ρόφημα απόλαυσης. Η εμπορευματοποίηση ήρθε γρήγορα. Ο Jacob Schweppe ίδρυσε την εταιρεία Schwebbes το 1783, μετατρέποντας την ανθρακούχωση από εργαστηριακό πείραμα σε βιομηχανική διαδικασία που θα άλλαζε την αγορά ποτών για πάντα.

Οι πρώτες μεγάλες μάρκες
Ο 19ος αιώνας γέννησε τα ονόματα που κυριαρχούν ακόμα σήμερα. Το 1876 ο φαρμακοποιός Charles Hires δημιούργησε στη Φιλαδέλφεια τη root beer, το παλαιότερο αναψυκτικό που κυκλοφορεί ακόμα αναλλοίωτο. Το 1885 ακολούθησε το Dr Pepper, και το 1886 η Coca Cola, δημιούργημα του φαρμακοποιού John Pemberton στην Ατλάντα, αρχικά διαφημισμένη ως τονωτικό για το πεπτικό.



Επτά χρόνια αργότερα, το 1893, ο φαρμακοποιός Caleb Bradham δημιούργησε το «Brad's Drink», που το 1898 μετονομάστηκε σε Pepsi Cola, γεννώντας τον ανταγωνισμό που κράτησε πάνω από έναν αιώνα. Είναι χαρακτηριστικό ότι όλα αυτά τα εμβληματικά ονόματα ξεκίνησαν από φαρμακοποιούς. Το αναψυκτικό, πριν γίνει καταναλωτικό προϊόν, θεωρούνταν ιατρικό σκεύασμα με θεραπευτικές ιδιότητες, μια αντίληψη που θα επιβιώσει στη διαφήμιση για δεκαετίες.

Από το φαρμακείο στο ράφι
Η μαζική διάθεση χρειαζόταν λύση στη συσκευα-

σία. Το 1892 ο William Painter εφευρέ το μεταλλικό καπάκι φιάλης, τεχνολογία που επέτρεψε τη μαζική εμφιάλωση και διανομή στις αρχές του 20ού αιώνα. Από τοπικό προϊόν φαρμακείου, το αναψυκτικό έγινε προϊόν ευρείας κατανάλωσης, με νέες μάρκες να διευρύνουν συνεχώς την αγορά, όπως το Mountain Dew το 1940 και η Sprite το 1961.

Light, zero και η νέα γενιά
Στο δεύτερο μισό του 20ού αιώνα η βιομηχανία στρέφεται στη διαφοροποίηση προϊόντος. Οι πρώτες εκδοχές light εμφανίστηκαν τη δεκαετία του 1980, απευθυνόμενες σε καταναλωτές που αναζητούσαν λιγότερες θερμίδες. Αργότερα ήρθαν οι εκδοχές zero, με στόχο να διατηρήσουν τη γεύση των κλασικών αναψυκτικών χωρίς ζάχαρη. Η πιο πρόσφατη τάση είναι μια νέα γενιά ανθρακούχων ποτών εμπλουτισμένων με προβιοτικές ίνες και φυτικά εκχυλίσματα, μια στροφή προς τη «λειτουργική» κατανάλωση που θυμίζει, τελικά, την αρχική ταυτότητα του αναψυκτικού ως τονωτικού.

Η ελληνική ιστορία ξεκινά αιώνες νωρίτερα
Στην Ελλάδα η ανάγκη δροσιάς είναι πολύ παλαιότερη από τη βιομηχανική εποχή. Η ιστορία ξεκινά από τη ρωμαϊκή εποχή και συνεχίζεται στους βυζαντινούς χρόνους, με τα σερμπέτια, τα ρασόλια και τα χειροποίητα σιρόπια από αρωματικά φυτά, μούστο, χυμούς εσπεριδοειδών ή ζαχαρωμένα φρούτα όπως το γλυκό βύσσινο να αποτελούν το «όπλο» των νοικοκυρών για να δροσίσουν την οικογένεια. Τομή στη γεύση αυτών των ροφημάτων ήταν η ανάμειξή τους με σόδα, μια εξέλιξη που δημιούργησε ουσιαστικά τη σύγχρονη γεύση του αναψυκτικού. Στα μέσα του 19ου αιώνα, δροσιά στην Αθήνα σήμαινε κυρίως νερό, με το νερό του Αμαρουσίου να θεωρείται το καλύτερο και να μοιράζεται με στάμνες σε όλη την Αττική. Για κάτι πιο παγωμένο, μοναδική λύση ήταν το φυσικό χιόνι από τις χαράδρες της Πάρνηθας, που μεταφερόταν τυλιγμένο σε άχυρα, πάνω σε γαϊδουράκια, μέχρι την πόλη. Τα πρώτα αναψυκτικά ήταν σπιτικοί φρουτοχυμοί ανακατεμένοι με νερό και ζάχαρη, που μοίραζαν πλανόδιοι πωλητές με λευκές ποδιές, κρατώντας κανάτες και ποτήρια, κυρίως λεμονάδα.

Στο δεύτερο μισό του 19ου αιώνα εμφανίζονται οι πρώτες μικρές μονάδες παραγωγής, με χειροκίνητες μηχανές και διανομή μέσω γαϊδουριών ή καρότσων. Στα τέλη του ίδιου αιώνα φτάνει στην Ελλάδα το ανθρακούχο νερό, ενώ ανακαλύπτονται και αξιοποιούνται πηγές σε διάφορα σημεία της χώρας. Το 1924 τα αναψυκτικά μπαίνουν για πρώτη φορά σε γυάλινη φιάλη με πώμα τη χαρακτηριστική γυάλινη μπίλια.

Η γέννηση της ελληνικής βιομηχανίας
Η δεκαετία του 1950 φέρνει τη μεγάλη αλλαγή, τις πρώτες παστεριωμένες ποτοκαλάδες χωρίς χημικά συντηρητικά, με κόκκινη ετικέτα για τις εκδοχές χωρίς ανθρακικό και μπλε για τις εκδοχές με ανθρακι-



κό. Τα μπουκάλια είχαν μεταλλικά καπάκια που επιστρέφονταν έναντι αμοιβής, ενώ τα ηλεκτρικά ψυγεία εξασφάλιζαν πλέον τη δροσερή τους παρουσία στα σπίτια. Σχεδόν κάθε ελληνική πόλη είχε τη δική της μικρή βιοτεχνία, που έφτιαχνε γκαζόζες και τις διένεμε σε σταθμούς τρένων, ταβέρνες, αναψυκτήρια και θερινά σινεμά. Στην Πάτρα της δεκαετίας του 1950 λειτουργούσαν έντεκα τέτοιες μικρές επιχειρήσεις. Μία από αυτές ήταν η ΛΟΥΞ, που ίδρυσε το 1950 ο Παναγιώτης Μαρλαφέκας στη συμβολή των οδών Γερμανού και Ηλείας. Χωρίς σύγχρονα τεχνολογικά μέσα, η παραγωγή γινόταν με το χέρι και η διανομή στα καφενεία και τα εστιατόρια της περιοχής με κάρα. Το όνομα της εταιρείας ανατέθηκε σε έναν πατρινό μουσικοσυνθέτη, που πρότεινε τη λέξη «λουξ», μια αναφορά στην πολυτέλεια και την καλύτερη ζωή που είχε ανάγκη η χώρα μετά τον εμφύλιο. Η επιχείρηση ξεκίνησε με δέκα εργαζομένους και γυάλινες φιάλες που επαναχρησιμοποιούνταν μετά από απολύμανση, φτάνοντας σταδιακά τα εκατό κιβώτια την ημέρα. Το 1972 ο Μαρλαφέκας μετέφερε τη βιοτεχνία στο Κεφαλόβρυσσο, περιοχή γνωστή για τα παρθένα δάση και το καθαρό νερό της, παρά τις αρχικές δυσκολίες λόγω έλλειψης τηλεφωνικών γραμμών και ηλεκτροδότησης στην περιοχή. Με μεταχειρισμένα μηχανήματα από τη Γερμανία, η παραγωγή αυξήθηκε σημαντικά, φτάνοντας τα χίλια κιβώτια την ημέρα, με σλόγκαν όπως «Η ποιότης μας είναι το νερό» και «Λουξ με νερό Κεφαλόβρυσσου». Το 1980 η εταιρεία λάνσαρε τα πρώτα της αναψυκτικά σε πλαστικό μπουκάλι.

Το τέλος των μικρών βιοτεχνιών
Η δεκαετία του 1980 έφερε την εισβολή των πολυεθνικών εταιρειών αναψυκτικών στην ελληνική αγορά, και οι περισσότερες μικρές τοπικές επιχειρήσεις δεν άντεξαν στον ανταγωνισμό.

Η ΛΟΥΞ ήταν μία από τις ελάχιστες που κατάφεραν να επιβιώσουν, συνδυάζοντας παράδοση, τεχνολογία και σταθερή ποιότητα. Το 1989 η διοίκηση πέρασε στους τρεις γιους του ιδρυτή, Ιωάννη, Κωνσταντίνο και Πλάτωνα, και το 2003 ο Παναγιώτης Μαρλαφέκας έφυγε από τη ζωή, αφήνοντας μια επιχείρηση που σήμερα διαθέτει τρεις υπερσύγχρονες εγκαταστάσεις σε Κεφαλόβρυσσο, Σαραβάλι και Αίγιο, με προϊόντα που περιέχουν 20% φυσικό χυμό κυρίως από πορτοκάλια και λεμόνια, και εξαγωγές που αγγίζουν το 5% του συνολικού όγκου πωλήσεων.

Μια ιστορία με δύο παράλληλες διαδρομές
Η παγκόσμια και η ελληνική ιστορία των αναψυκτικών ακολουθούν, τελικά, την ίδια λογική διαδρομή: από το φαρμακείο και το σπιτικό ρόφημα στη βιοτεχνία της γειτονιάς, και από εκεί στη βιομηχανική τυποποίηση και την κυριαρχία των μεγάλων ομίλων. Η διαφορά είναι πως ενώ στις Ηνωμένες Πολιτείες η μετάβαση δημιούργησε παγκόσμιες αυτοκρατορίες όπως η Coca Cola και η Pepsi, στην Ελλάδα η ίδια μετάβαση σκόρπισε δεκάδες τοπικές βιοτεχνίες, αφήνοντας ελάχιστες, όπως η ΛΟΥΞ, να αποδείξουν ότι η ελληνική παραγωγή μπορεί ακόμα να αντέξει δίπλα στις πολυεθνικές.

Στις
στιγμές
μας



Απολαύστε υπεύθυνα

ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΘΕΜΙΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ;

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΠΟΤΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΝΗΣΙΑ ΜΕ ΜΕΙΩΜΕΝΟ ΦΠΑ

Η ΕΔΕΟΠ Αθήνας θέτει ζήτημα στρέβλωσης του ανταγωνισμού λόγω της διαφοράς ΦΠΑ 17% έναντι 24% στο ηλεκτρονικό εμπόριο κρασιού και ποτών

Συνέχεια από σελίδα 1

Το πλεονέκτημα δεν συνδέεται με απόδοση της επιχείρησης

Το πλεονέκτημα δεν συνδέεται με την ποιότητα, την αποδοτικότητα ή την καινοτομία της επιχείρησης, αλλά αποκλειστικά με τον τόπο εγκατάστασης. Δύο επιχειρήσεις μπορεί να έχουν ακριβώς την ίδια οργάνωση, το ίδιο απόθεμα, το ίδιο κόστος λειτουργίας, ακόμα και τον ίδιο προμηθευτή, και όμως η μία θα διαθέτει σταθερό φορολογικό πλεονέκτημα 7 ποσοστιαίων μονάδων έναντι της άλλης, μόνο και μόνο επειδή η έδρα της βρίσκεται σε ένα νησί που πληροί τα κριτήρια πληθυσμού.

Σε μια ελεύθερη αγορά, αυτό είναι ακριβώς το είδος στρέβλωσης που ο ανταγωνισμός θεωρητικά οφείλει να αποτρέπει, καθώς ανταμείβει τη γεωγραφική θέση και όχι την επιχειρηματική αξία.

Η ψηφιακή εποχή καταργεί την απόσταση

Στην ψηφιακή εποχή, η γεωγραφική απόσταση δεν αποτελεί πλέον εμπόδιο, οπότε ο φορολογικός παράγοντας γίνεται καθοριστικός. Όταν ο νόμος γράφτηκε, η υπόθεση ήταν ότι μια κάβα σε ένα απομακρυσμένο νησί εξυπηρετεί κατά κύριο λόγο την τοπική αγορά, με περιορισμένη πρόσβαση σε πελάτες εκτός νησιού.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο ανέτρεψε αυτή την υπόθεση, καθώς μια επιχείρηση με ιστοσελίδα, σωστό μάρκετινγκ και συνεργασία με εταιρεία ταχυμεταφορών μπορεί σήμερα να στέλνει προϊόντα την επόμενη ή τη μεθεπόμενη ημέρα σε οποιοδήποτε σημείο της χώρας, συμπεριλαμβανομένου του κέντρου της Αθήνας. Το αποτέλεσμα είναι ότι μια ρύθμιση σχεδιασμένη για τοπική στήριξη λειτουργεί, στην πράξη, ως εθνικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Επιχειρήματα κατά

Ο κοινωνικός σκοπός του νόμου

Ο νόμος έχει συγκεκριμένο σκοπό, να στηρίξει τα νησιά που επιβαρύνονται από το μεταναστευτικό, όπως η Χίος και η Λέσβος, ή από την απομόνωση, όπως τα μικρά νησιά του Αιγαίου. Δεν είναι τυχαίο ότι η αρχική εφαρμογή του μειωμένου συντελεστή αφορούσε ακριβώς τα νησιά που δέχτηκαν το μεγαλύτερο βάρος των προσφυγικών και μεταναστευτικών ροών της τελευταίας δεκαετίας, η Λέσβος, η Κως, η Σάμος και η Χίος. Η επέκταση της ρύθμισης από την 1η Ιανουαρίου 2026 σε ακόμη 24 μικρά νησιά του Βορείου Αιγαίου, της Σαμοθράκης και των Δωδεκανήσων δείχνει ότι η κρατική πολιτική εξακολουθεί να βλέπει το μέτρο ως εργαλείο περιφερειακής και κοινωνικής στήριξης, όχι ως φορολογικό ατύχημα προς διόρθωση.

Αποδεκτή ανισορροπία ως κοινωνική πολιτική

Παραδοσιακά τέτοιες ρυθμίσεις δημιουργούν κάποια ανισορροπία, η οποία θεωρείται αποδεκτή ως κοινωνική πολιτική. Κάθε φορολογική ελάφρυνση υπέρ μιας συγκεκριμένης περιοχής δημιουργεί, εξ ορισμού, ανισότητα απέναντι σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται αλλού.

Το ίδιο ισχύει για αναπτυξιακούς νόμους, επιδοτήσεις σε ακριτικές περιοχές ή ειδικά καθεστώτα για παραμεθόριες ζώνες, όπου η πολιτεία εν γνώσει της αποδέχεται μια στρέβλωση της αγοράς προκειμένου να πετύχει έναν ευρύτερο κοινωνικό ή γεωπολιτικό στόχο, στην προκειμένη περίπτωση τη διατήρηση οικονομικής δραστηριότητας και πληθυσμού σε νησιά με μειωμένη προσβασιμότητα.

Το κόστος logistics εξισορροπεί μερικώς

Το κόστος logistics από ένα νησί παραμένει υψηλότερο, οπότε το φορολογικό πλεονέκτημα μερικώς εξουδετερώνεται. Μια επιχείρηση που εδρεύει στη Χίο ή στην Κάρπαθο επιβαρύνεται με πρόσθετο κόστος μεταφοράς εμπορευμάτων από και προς την ηπειρωτική Ελλάδα, συχνά μέσω πλοίου πριν καν φτάσει στο δίκτυο ταχυμεταφορών, κάτι που προσθέτει ημέρες παράδοσης και επιπλέον κόστος ανά δέμα σε σχέση με μια επιχείρηση που εδρεύει στην Αττική. Το επιχείρημα αυτό, ωστόσο, αποδυναμώνεται όσο βελτιώνεται το δίκτυο μεταφορών προς τα νησιά και όσο οι μεγάλες εταιρείες ταχυμεταφορών προσφέρουν πλέον σταθερές, τυποποιημένες χρεώσεις πανελλαδικά.

Το ουσιαστικό πρόβλημα

Το ζήτημα είναι ότι ο νόμος γράφτηκε σε μια εποχή που το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν είχε την παρούσα διείσδυση. Σήμερα, το πλεονέκτημα αυτό μπορεί πράγματι να στρεβλώνει τον ανταγωνισμό σε εθνικό επίπεδο με τρόπο που ο νομοθέτης πιθανώς δεν προέβλεπε. Η επέκταση του μέτρου σε 24 επιπλέον νησιά από την 1η Ιανουαρίου 2026, αντί να περιορίσει το πρόβλημα, το διευρύνει, καθώς πλέον περισσότερες επιχειρήσεις μπορούν να λειτουργήσουν με το ίδιο δομικό πλεονέκτημα σε πανελλαδική κλίμακα μέσω του διαδικτύου.

Το ερώτημα που τίθεται δεν είναι αν πρέπει να καταργηθεί η στήριξη προς τα νησιά, αλλά αν χρειάζεται μια ειδική πρόβλεψη για το ηλεκτρονικό εμπόριο, ώστε ο μειωμένος συντελεστής να εφαρμόζεται στις πωλήσεις που πράγματι εξυπηρετούν την τοπική αγορά και όχι σε πωλήσεις που, μέσω ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, απευθύνονται ουσιαστικά σε όλη τη χώρα και ανταγωνίζονται απευθείας τις επιχειρήσεις της Αττικής και της υπόλοιπης ηπειρωτικής Ελλάδας.

ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟ ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΚΑΒΕΣ ΚΑΙ ΠΡΑΤΗΡΙΑ: ΤΙ ΣΑΣ ΑΦΟΡΑ ΤΟΝ ΙΟΥΛΙΟ ΚΑΙ ΤΟΝ ΑΥΓΟΥΣΤΟ;

Το φορολογικό ημερολόγιο της Αθήνας γεμίζει κάθε καλοκαίρι με δεκάδες προθεσμίες, ωστόσο δεν αφορούν όλες τον κλάδο μας. Καταγράφουμε παρακάτω ποιες υποχρεώσεις πιάνουν πραγματικά μια κάβα, ένα πρατήριο ή έναν διακινητή οίνων και ποτών, ώστε να ξέρετε τι να προσέξετε μέσα στον Ιούλιο και τον Αύγουστο, χωρίς να χάνεστε στη γενική λίστα της ΑΑΔΕ.

Ο Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης: το πιο κρίσιμο σημείο για τον κλάδο

Αν διατηρείτε φορολογική αποθήκη ή λειτουργείτε ως εγκεκριμένος αποθηκευτής αλκοολούχων ποτών, ο Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης είναι η υποχρέωση που σας αφορά περισσότερο από κάθε άλλη. Από τον Μάιο του 2025 ισχύει νέα διαδικασία της ΑΑΔΕ, σύμφωνα με την οποία ο ΕΦΚ, ο ΦΠΑ και οι λοιπές επιβαρύνσεις δηλώνονται και καταβάλλονται άμεσα κατά την έξοδο των προϊόντων από τη φορολογική αποθήκη, μέσω του ηλεκτρονικού τελωνειακού συστήματος ICISnet. Η δήλωση ΕΦΚ υποβάλλεται πλέον ηλεκτρονικά από τον εγκεκριμένο αποθηκευτή, με τα σχετικά δικαιολογητικά να συνοδεύουν κάθε κίνηση εξόδου. Για όσους δεν εντάσσονται στη νέα άμεση διαδικασία, ο ΕΦΚ βεβαιώνεται και εισπράττεται το αργότερο έως τις 25 του επόμενου μήνα από τον μήνα εξόδου των προϊόντων από το καθεστώς αναστολής, βάσει δήλωσης και αναλυτικής κατάστασης. Η νέα εγκύκλιος εισάγει επίσης δυνατότητα τρίμηνης αναστο-

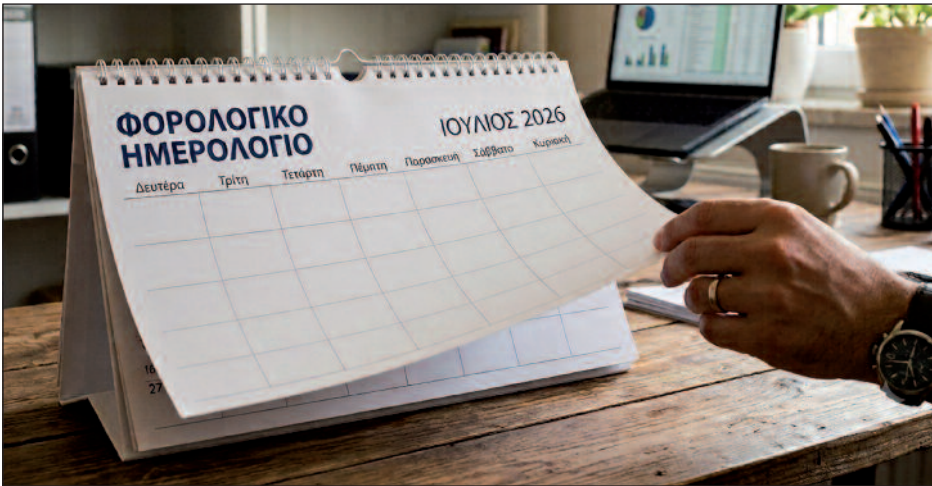
σιών.

Εισαγωγές κρασιού και ποτών από την Ευρωπαϊκή Ένωση

Αν εισάγετε κρασί, μπίρα ή αποστάγματα από άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, γαλλικά, ιταλικά ή ισπανικά προϊόντα για παράδειγμα, τότε σας αφορούν δύο ακόμα υποχρεώσεις που πολλοί διακινητές παραλείπουν. Πρώτον, οι ανακεφαλαιωτικοί πίνακες ενδοκοινοτικών αποκτήσεων (Φ5) και παραδόσεων (Φ4), οι οποίοι υποβάλλονται μέχρι τις 26 του επόμενου μήνα και αφορούν τις συναλλαγές του προηγούμενου μήνα. Δεύτερον, η στατιστική δήλωση INTRASTAT προς την ΕΛΣΤΑΤ, με την ίδια περίπου προθεσμία, εφόσον ο όγκος των ενδοκοινοτικών σας συναλλαγών ξεπερνά το ετήσιο στατιστικό όριο. Αν εισάγετε τακτικά από το εξωτερικό, αξίζει να ελέγξετε με τον λογιστή σας αν έχετε ξεπεράσει το όριο αυτό, γιατί η παράλειψη επισύρει πρόστιμα ανεξάρτητα από το ύψος του τζίρου.

ΕΝΦΙΑ για ιδιόκτητα καταστήματα και αποθήκες

Όσοι έχετε στην ιδιοκτησία σας το κατάστημα, την αποθήκη ή τη φορολογική αποθήκη όπου λειτουργεί η επιχείρησή σας, θα πρέπει να έχετε υπόψη ότι η 5η δόση του ΕΝΦΙΑ για όσους έχουν επιλέξει εξόφληση σε δόσεις έληγε στις 31 Ιουλίου. Οι επόμενες δόσεις ακολουθούν μηνιαία, οπότε καλό είναι να τις έχετε σημειωμένες στο πλάνο πληρωμών της επιχείρησης, ξεχωριστά από τις κα-



λής πληρωμής σε συγκεκριμένες περιπτώσεις, κάτι που αξίζει να εξετάσετε με τον λογιστή σας αν έχετε αυξημένη κίνηση αποθέματος το καλοκαίρι.

ΦΠΑ: η βασική υποχρέωση κάθε μήνα

Ανεξάρτητα από το μέγεθος της επιχείρησης, η περιοδική δήλωση ΦΠΑ είναι υποχρέωση που δεν εξαιρείται κανείς κάβα ή πρατήριο. Για τον Ιούλιο, η δήλωση ΦΠΑ (τόσο για διπλογραφικά όσο και για απλογραφικά βιβλία) έληγε στις 31 Ιουλίου, με ταυτόχρονη καταβολή του φόρου. Η αντίστοιχη δήλωση για τον μήνα Ιούλιο θα λήξει στα τέλη Αυγούστου, οπότε αν διατηρείτε αποθήκη με αυξημένο τζίρο το καλοκαίρι, καλό είναι να προγραμματίσετε εγκαίρως τη ρευστότητα για την καταβολή.

Μισθοδοσία και παρακρατούμενος φόρος

Αν απασχολείτε προσωπικό στο κατάστημα ή στην αποθήκη σας, η δήλωση απόδοσης παρακρατούμενου φόρου μισθωτής εργασίας (ΦΜΥ) είναι από τις πιο σταθερές μηνιαίες υποχρεώσεις. Για τον Ιούλιο, η δήλωση ΦΜΥ λήγει στις 20 Αυγούστου. Την ίδια ημερομηνία λήγει και η δήλωση απόδοσης παρακρατούμενου φόρου σε αμοιβές τρίτων, κάτι που αφορά όσους πληρώνουν λογιστές, συμβούλους ή τεχνικούς με απόδειξη παροχής υπηρε-

θαρά εμπορικές υποχρεώσεις.

Τι δεν σας αφορά

Στο γενικό φορολογικό ημερολόγιο του Αυγούστου περιλαμβάνονται και δεκάδες υποχρεώσεις που δεν έχουν καμία σχέση με τον κλάδο μας: δηλώσεις για στοιχήματα και τυχερά παίγνια, ειδικός φόρος τηλεοπτικών διαφημίσεων, εισφορά δακοκτονίας, δηλώσεις αυτόματων πωλητών, αμοιβές δικηγορικών συλλόγων. Αν δείτε αυτούς τους όρους σε γενικό φορολογικό ημερολόγιο, μπορείτε να τους αγνοήσετε, εκτός αν η επιχείρησή σας έχει κάποια ειδική δραστηριότητα εκτός εμπορίας οίνων και ποτών.

Τι να προσέξετε στην πράξη

Η πιο συχνή παγίδα για κάβες και πρατήρια δεν είναι η άγνοια της προθεσμίας, αλλά ο συνδυασμός δύο ή τριών υποχρεώσεων μέσα στην ίδια εβδομάδα του Αυγούστου, ΦΠΑ, ΦΜΥ και ανακεφαλαιωτικοί πίνακες μπορεί να πέσουν όλα μαζί σε διάστημα λίγων ημερών, με αυξημένη κίνηση λόγω καλοκαιρινής ζήτησης. Ο προγραμματισμός ρευστότητας πριν από το τέλος Ιουλίου, σε συνεννόηση με τον λογιστή της επιχείρησης, παραμένει ο πιο ασφαλής τρόπος να αποφύγετε πρόστιμα και προσαυξήσεις σε μια περίοδο που η προσοχή συχνά στρέφεται στην εμπορική πλευρά της χρονιάς.

ΣΧΟΛΙΚΑ ΚΥΛΙΚΕΙΑ: ΤΕΛΟΣ ΤΑ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ ΑΠΟ ΤΗ ΝΕΑ ΣΧΟΛΙΚΗ ΧΡΟΝΙΑ

Νέα υγειονομική διάταξη του υπουργείου Υγείας αλλάζει άρδην όσα πουλούν τα κυλικεία από το 2026-2027, στο πλαίσιο της Εθνικής Δράσης κατά της Παιδικής Παχυσαρκίας. Οι αντιδράσεις κυλικειάρχων και γονέων, τα πρόστιμα και η νέα λίστα επιτρεπόμενων προϊόντων

Συνέχεια από σελίδα 1

σνακ, δηλαδή φρούτα εποχής, λαχανικά κομμένα σε μερίδες και αποξηραμένα φρούτα χωρίς προσθήκη ζάχαρης. Δεύτερη κατηγορία είναι τα καθαρά γαλακτοκομικά, όπως γιαούρτι και τυριά χαμηλών λιπαρών χωρίς πρόσθετα σάκχαρα. Τρίτη κατηγορία είναι τα υγιεινά αρτοσκευάσματα, με έμφαση σε προϊόντα ολικής άλεσης και μειωμένη περιεκτικότητα σε αλάτι και ζάχαρη. Τέταρτη κατηγορία είναι τα σάντουιτς χωρίς αλλαντικά, με βάση τυριά, λαχανικά και φυτικές πηγές πρωτεΐνης.

Πέμπτη κατηγορία είναι οι πίτες και οι πίτσες σπιτικού τύπου, με περιορισμένη χρήση λιπαρών. Έκτη και τελευταία κατηγορία είναι τα ροφήματα, όπου επιτρέπονται μόνο νερό, φυσικοί χυμοί χωρίς πρόσθετη ζάχαρη και ροφήματα βασισμένα σε γάλα χωρίς γλυκαντικά.

Το μέγεθος του προβλήματος: η παιδική παχυσαρκία στην Ελλάδα

Η πρωτοβουλία του υπουργείου Υγείας δεν είναι τυχαία. Σύμφωνα με στοιχεία που δημοσίευσε ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας το 2022, παγκοσμίως 37 εκατομμύρια παιδιά ηλικίας κάτω των 5 ετών ήταν υπέρβαρα ή παχύσαρκα, ενώ πάνω από 390 εκατομμύρια παιδιά και έφηβοι ηλικίας 5 έως 19 ετών βρίσκονταν στην ίδια κατηγορία. Η Ευρωπαϊκή Περιφερειακή Έκθεση Παχυσαρκίας του ΠΟΥ δείχνει ότι 1 στα 3 παιδιά ζούσε με υπερβολικό βάρος το 2022, ενώ οι προβλέψεις κάνουν λόγο για 17 εκατομμύρια αγόρια και 11 εκατομμύρια κορίτσια ηλικίας 5 έως 19 ετών που θα ζουν με παχυσαρκία έως το 2035. Στην Ευρώπη, η Ελλάδα εμφανίζει το υψηλότερο ποσοστό υπέρβαρων και παχύσαρκων παιδιών και εφήβων ηλικίας 2 έως 14 ετών, με τα περισσότερα κρούσματα να καταγράφονται στις ηλικίες 5 έως 7 ετών.

Η αναπληρώτρια υπουργός Υγείας δηλώνει σχετικά ότι η υγεία των παιδιών δεν αποτελεί απλώς προτεραιότητα αλλά αυτονομία δέσμευση για το μέλλον τους. Σύμφωνα με την ίδια, τα σχολικά κυλικεία δεν είναι μόνο σημείο αγοράς προϊόντων, αλλά κομμάτι της καθημερινότητας των μαθητών, όπου διαμορφώνονται σιωπηλά οι διατροφικές τους συνήθειες για μια ζωή. Με τους αυστηρότερους κανόνες υγιεινής που ανακοινώθηκαν, το υπουργείο θεσπίζει σαφές και σύγχρονο πλαίσιο που διασφαλίζει ότι κάθε προϊόν που φτάνει στα χέρια ενός μαθητή είναι ασφαλές, ποιοτικό και σύμφωνο με τα υψηλότερα υγειονομικά πρότυπα, επενδύοντας στην πρόληψη από το σχολείο.

Οι αντιδράσεις των κυλικειάρχων

Παρότι υπάρχει ευρεία σύμπνοια ως προς την ανάγκη αντιμετώπισης της παιδικής παχυσαρκίας, οι ιδιοκτήτες σχολικών κυλικείων εκφράζουν έντονες ανησυχίες, καθώς δεν προηγήθηκε καμία σχετική διαβούλευση με τον κλάδο και δεν προβλέπεται καμία οικονομική ενίσχυση για να αντα-

πεξέλθουν στα αυξημένα κόστη που θα φέρουν οι αλλαγές.

Η Μυρσίνη Μαστραντωνά, πρόεδρος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Δημόσιων και Ιδιωτικών Σχολείων, εξηγεί ότι η νέα διάταξη δημιουργεί νέες ανάγκες, αλλάζοντας ουσιαστικά τη σύμβαση που είχαν υπογράψει οι ανάδοχοι των κυλικείων, με κίνδυνο τα αυξημένα κόστη να οδηγήσουν ακόμα και σε λουκέτα.

Σύμφωνα με την ίδια, οι κυλικειάρχες δεν γνωρίζουν ακόμη το ακριβές ύψος των νέων κοστών, ωστόσο θεωρούν δεδομένο ότι θα υπάρξουν αυξήσεις, τη στιγμή που τα τελευταία χρόνια έχει ήδη μειωθεί σημαντικά ο αριθμός των μαθητών που αγοράζουν από τα κυλικεία, ενώ οι ανάδοχοι παραμένουν υποχρεωμένοι να πληρώνουν για το σύνολο των μαθητών κάθε σχολείου, καθώς έτσι διεξάγονται οι πλειοδοτικοί διαγωνισμοί.

Η πρόεδρος της Ομοσπονδίας σημειώνει ότι μετά τη φορολογική πολιτική του 2024, που είχε ήδη αναγκάσει πολλούς ιδιοκτήτες κυλικείων να κλείσουν, έρχεται τώρα ένα δεύτερο και σημαντικότερο χτύπημα, με την εφαρμογή μιας νέας πολιτικής χωρίς καμία οικονομική στήριξη.

Τα αιτήματα της Ομοσπονδίας

Η κ. Μαστραντωνά τονίζει ότι οι επαγγελματίες του κλάδου επενδύουν διαχρονικά στην εκπαίδευση και την επιμόρφωσή τους. Σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων της ΓΣΕΒΕΕ, η Ομοσπονδία έχει ήδη υλοποιήσει εξειδικευμένο πρόγραμμα κατάρτισης διάρκειας 100 ωρών για διαχειριστές σχολικών κυλικείων, με εκπαίδευση σε θέματα ασφάλειας τροφίμων, υγιεινής και ορθών πρακτικών λειτουργίας, που υπερβαίνει τις ελάχιστες απαιτήσεις πιστοποίησης του ισχύοντος πλαισίου. Πρόταση της Ομοσπονδίας είναι η δημιουργία ειδικού προγράμματος στήριξης ή η χορήγηση voucher για την αγορά υγιεινών προϊόντων, ώστε κανένα παιδί να μην αποκλείεται από την πρόσβαση στην υγιεινή διατροφή λόγω οικονομικών δυσκολιών της οικογένειάς του. Επιπλέον, η ΠΟΚΔΙΣ ζητεί μέτρα για τον περιορισμό της ανεξέλεγκτης διάθεσης τροφίμων στους μαθητές μέσω εξωτερικών καταστημάτων και υπηρεσιών delivery, διαφοροποίηση των προβλεπόμενων μερίδων μεταξύ πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ανάλογα με τις πραγματικές ανάγκες κάθε ηλικιακής ομάδας, πλήρη αποσαφήνιση του πλαισίου λειτουργίας των αυτόματων πωλητών ώστε να μην υποκαθιστούν τον θεσμό του σχολικού κυλικείου, εύλογη μεταβατική περίοδο εφαρμογής της νέας απόφασης, καθώς η δημοσίευσή της έγινε στη λήξη της σχολικής χρονιάς, και κοινές δράσεις ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης γονέων και μαθητών για τη σημασία της υγιεινής διατροφής.

Το αίτημα των γονέων για σχολικά γεύματα

Από την πλευρά τους, οι φορείς γονέων αναγνωρίζουν τη σημασία της πρωτοβουλίας, ωστόσο θεωρούν ότι αφορά μόνο ένα κομμάτι του προβλήματος. Ο Αλέξης Γουσόπουλος, πρόεδρος Ομοσπονδίας Γονέων και Κηδεμόνων Κεντρικής Μακεδονίας, τονίζει ότι αυτό που πραγματικά χρειάζονται σήμερα οι μαθητές είναι η δι-



εύρυνση του θεσμού των σχολικών γευμάτων, ο οποίος σήμερα καλύπτει μόλις το 50% των σχολείων και μόνο την πρωτοβάθμια εκπαίδευση.

Σύμφωνα με τον ίδιο, αρκετοί Δήμοι που πληρούν τα κριτήρια ένταξης στο πρόγραμμα σχολικών γευμάτων δεν εντάσσονται, επειδή δεν επαρκεί το διαθέσιμο κονδύλι, κάτι που αποτελεί ζήτημα κυβερνητικής επιλογής.

Ο κ. Γουσόπουλος αναφέρει επίσης πως τους τελευταίους μήνες έχει προκληθεί αναστάτωση στα σχολεία, καθώς για λόγους οικονομίας το μοσχαρίσιο κρέας στα σχολικά γεύματα αντικαταστάθηκε από χοιρινό, ενώ πέρυσι είχε προηγηθεί περικοπή στο λάδι της σαλάτας. Παράλληλα, σημειώνει ότι το χαρτζιλίκι που δίνουν οι γονείς στα παιδιά τους έχει μειωθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, καθώς πολλές οικογένειες δεν μπορούν πλέον να καλύπτουν καθημερινά το κόστος ενός χυμού και ενός σάντουιτς από το κυλικείο, που σήμερα φτάνει τα 2,5 ευρώ.

Έλεγχοι και πρόστιμα

Οι διευθύνσεις υγειονομικού ελέγχου και περιβαλλοντικής υγιεινής των Περιφερειών πραγματοποιούν τακτικούς και έκτακτους υγειονομικούς ελέγχους στα σχολικά κυλικεία. Τα δείγματα που λαμβάνονται αποστέλλονται σε διαπιστευμένα εργαστήρια και σε περίπτωση παραβάσεων επιβάλλονται κυρώσεις, με πρόστιμο 1.000 ευρώ για παραβάσεις που αφορούν τις τιμές των προϊόντων ή τη διάθεση προϊόντων εκτός των εγκεκριμένων λιστών του υπουργείου. Με την έναρξη της νέας σχολικής χρονιάς, οι έλεγχοι θα διενεργούνται με βάση τη νέα υγειονομική διάταξη, ενώ οι ιδιοκτήτες κυλικείων που δεν συμμορφώνονται με τις συστάσεις των κλιμακίων ελέγχου παραπέμπονται στον εισαγγελέα.

Τι σηματοδοτεί η αλλαγή

Η νέα υγειονομική διάταξη αποτελεί την πιο ουσιαστική παρέμβαση στη λειτουργία των σχολικών κυλικείων εδώ και πάνω από μια δεκαετία. Πέρα από τον περιορισμό συγκεκριμένων προϊόντων, επιχειρεί να διαμορφώσει εκ νέου τις διατροφικές συνήθειες μιας ολόκληρης γενιάς μαθητών, σε μια χώρα που κατέχει τα υψηλότερα ποσοστά παιδικής παχυσαρκίας στην Ευρώπη.

Το κρίσιμο ερώτημα που παραμένει ανοικτό είναι αν η μεταρρύθμιση θα συνοδευτεί από αντίστοιχη οικονομική στήριξη προς τους επαγγελματίες του κλάδου και από ουσιαστική διεύρυνση των σχολικών γευμάτων, ώστε η αλλαγή νοοτροπίας να μην παραμείνει μόνο σε επίπεδο απαγορεύσεων.

